



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA VEŘEJNÉ EKONOMIKY

Public relations vybrané neziskové organizace

The Public Relations of Selected Non-profit Organization

Student: Zdeňka Přikrylová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Ivana Vaňková, Ph.D.

Ostrava 2014

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra veřejné ekonomiky

## Zadání bakalářské práce

Student:

**Zdeňka Přikrylová**

Studijní program:

B6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor:

6202R055 Veřejná ekonomika a správa

Specializace:

01 Veřejná ekonomika a správa

Téma:

Public relations vybrané neziskové organizace  
The Public Relations of Selected Non-profit Organization

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
  2. Vymezení public relations v neziskovém sektoru
  3. Analýza hospodaření a public relations vybrané neziskové organizace
  4. Zhodnocení hospodaření a návrhy na zlepšení public relations vybrané neziskové organizace
  5. Závěr
- Seznam použité literatury  
Seznam zkratk  
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce  
Seznam příloh  
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 239 s. ISBN 978-80-247-2866-7.  
ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing, 2012. 138 s. ISBN 978-80-247-4404-9.  
ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 5. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. 173 s. ISBN 978-80-7435-230-0.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Ivana Vaňková, Ph.D.**

Datum zadání: 22.11.2013

Datum odevzdání: 09.05.2014

doc. Ing. Petr Tománek, CSc.  
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně a použila pouze uvedenou literaturu a zdroje. Přílohy č. 9, 10, 11 a 12 byly převzaty z uvedených zdrojů.

V Ostravě dne 7. 5. 2014



.....

Zdeňka Příkrylová

## Obsah

<b>1. Úvod .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Vymezení public relations v neziskovém sektoru .....</b>	<b>7</b>
2.1 Neziskový sektor .....	7
2.1.1 Základní charakteristiky neziskových organizací .....	10
2.1.1.1 Znaky neziskových organizací .....	10
2.1.1.2 Vize a poslání neziskových organizací .....	11
2.1.2 Typologie neziskových organizací .....	11
2.1.2.1 Profesní komory .....	15
2.1.3 Propagace v neziskovém sektoru .....	17
2.2 Public relations .....	18
2.2.1 Východiska public relations .....	19
2.2.1.1 Veřejné mínění .....	19
2.2.1.2 Image .....	20
2.2.1.3 Corporate identity .....	21
2.2.2 Formy public relations v neziskových organizacích a jejich cílové skupiny .....	22
2.2.3 Základní nástroje public relations neziskových organizací .....	25
<b>3. Analýza hospodaření a public relations vybrané neziskové organizace .....</b>	<b>28</b>
3.1 Charakteristika České lékárnické komory .....	28
3.1.1 Předmět činnosti .....	28
3.1.2 Organizační struktura .....	29
3.2 Hospodaření České lékárnické komory .....	30
3.2.1 Finanční analýza .....	31
3.2.1.1 Analýza majetkové a finanční struktury .....	33
3.2.1.2 Analýza nákladů a výnosů .....	39
3.3 Public relations České lékárnické komory .....	44

<b>4. Zhodnocení hospodaření a návrhy na zlepšení public relations vybrané neziskové organizace .....</b>	<b>50</b>
4.1 Zhodnocení hospodaření.....	50
4.2 Dotazníkové šetření .....	51
4.2.1 Vyhodnocení dotazníku.....	51
4.3 Návrhy na zlepšení public relations.....	53
<b>5. Závěr .....</b>	<b>54</b>
<b>Seznam použité literatury.....</b>	<b>56</b>
<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>60</b>
<b>Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce</b>	
<b>Seznam příloh</b>	
<b>Přílohy</b>	

# 1. Úvod

V českém právním řádu se nenajde jednoznačná definice pojmu nezisková organizace, ale jak už přívlastek „nezisková“ napovídá, jedná se o organizaci, která nebyla zřízena za účelem dosažení zisku. Důvodem její existence je určité poslání, které plní uspokojováním určitých potřeb jednotlivců či skupin. Tyto potřeby vznikají v různých sférách běžného života, jako je zdravotnictví, školství, kultura, sociální služby, sport, politika atd. a dotýkají se každého z nás. To je také důvod, proč jsou pro neziskový sektor nezbytné dobré vztahy s veřejností, které lze budovat prostřednictvím public relations.

Předmětem bakalářské práce je problematika public relations v neziskovém sektoru, kde hraje důležitou roli nejen při vytváření image organizace, ale i při získávání finančních či jiných prostředků nutných ke splnění cílů organizace pomocí fundraisingu. Public relations jsou pro neziskovou sféru vhodným nástrojem propagace, protože na rozdíl od reklamy nejsou tak finančně náročné a pomáhají ovlivnit postoje cílových skupin.

Cílem bakalářské práce je na základě analýzy hospodaření a public relations aktivit České lékárnické komory v letech 2008 - 2012 zhodnocení tohoto hospodaření a provedení dotazníkového šetření mezi lékárníky za účelem zjištění jejich názoru na aktuální problematiku z oblasti lékárenství.

Text práce je členěn do pěti kapitol. První kapitolou je úvod, pátá kapitola obsahuje závěr. Druhá kapitola této práce se zabývá vymezením public relations v neziskovém sektoru. V této kapitole je nejprve blíže vysvětlen pojem neziskový sektor, jsou definovány základní charakteristiky neziskových organizací a nastíněna jejich typologie, která je konfrontována s novým občanským zákoníkem (zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník). Blíže je zmapována problematika profesních komor a okrajově bude nahlédnuto do propagace v neziskovém sektoru. Současně je zde formulován pojem public relations a jeho východiska. Konkretizovány jsou formy, cílové skupiny a nástroje public relations ve vztahu k neziskovým organizacím.

Třetí kapitola se zaměřuje na analýzu hospodaření a public relations vybrané neziskové organizace. Nejprve je představena Česká lékárnická komora a její činnost. Následně bude v rámci sledovaného období analyzováno její hospodaření a podrobněji rozebrána její aktivita v oblasti public relations.

Čtvrtá kapitola se věnuje zhodnocení zjištěných údajů z předchozích analýz a vyhodnocení výsledků sběru dat pomocí metody dotazníkového šetření. Na základě těchto

poznatků jsou doporučeny kroky vedoucí ke zlepšení public relations České lékárnické komory.

Zda se podařilo dosáhnout stanoveného cíle bakalářské práce, shrnuje závěrečná část, kde jsou také rekapitulovány nejdůležitější body jednotlivých kapitol.

Teoretická část práce je zpracována metodou studia odborné literatury. V praktické části je při rozboru hospodaření dané organizace nápomocna metoda analýzy, kterou doplňuje metoda finanční analýzy i komparace, s jejichž pomocí jsou srovnána data v jednotlivých letech sledovaného období. Metoda pozorování poslouží ke zjištění současného stavu public relations České lékárnické komory. Prostřednictvím metody dotazníkového šetření je následně zjištěna zpětná vazba na činnost České lékárnické komory.

Bakalářská práce vychází z nastudování odborné knižní literatury z oblasti neziskového sektoru a public relations, z aktuálních internetových zdrojů na dané téma, z legislativních norem a z dostupných materiálů České lékárnické komory, které doplní konzultace se členem jejího představenstva.

Bakalářská práce se opírá o platnou legislativu k 1. 5. 2014.



## 2. Vymezení public relations v neziskovém sektoru

### 2.1 Neziskový sektor

Neziskový sektor je klíčovým prvkem ekonomického i politického prostředí všech vyspělých států. Bačuvčík (2010) jej chápe jako velmi široký pojem, který ukrývá organizace rozdílné velikosti, různého druhu činnosti, právní formy, míry obecné prospěšnosti a různého stupně formálnosti. Bačuvčík (2010) se také v knize *Marketing neziskových organizací* dívá na neziskový sektor ze dvou úhlů: jako na *projev občanské společnosti* a jako na *segment národního hospodářství*. Tyto dva úhly pohledu se nijak nevylučují, naopak, jsou na sobě závislé a společně vymezují podstatu existence neziskových organizací.<sup>1</sup>

Neziskové organizace začaly nabývat na významu zejména v období po Velké francouzské revoluci, kdy v Evropě došlo k vytvoření tzv. občanské společnosti. Společenským důvodem jejich zrodu byla dychtivost občanů podílet se na chodu společnosti, začal narůstat význam participace. Ekonomickou příčinou jejich existence pak bylo úsilí zmírnit důsledky tržních selhávání zejména v oblasti sociální.<sup>2</sup> Vládní a tržní selhání je náplní jedné z ekonomických teorií, které různým způsobem interpretují genezi i úlohu neziskového sektoru v ekonomice a společnosti. Touto teorií se podrobněji zabývá Rektořík (2010) ve svém díle, kde popisuje i teorii informační asymetrie, teorii státu blahobytu a teorii vzájemné závislosti, které se řadí k nejvýznamnějším.<sup>3</sup>

V českých zemích byl zaznamenán velký rozvoj „občanské společnosti“ v průběhu 18. století, což s sebou přineslo prosazování ideálů osvícenství, ke kterým se řadila mimo volného sdružování také potřeba obecného prospěchu, vzdělávání, zlepšování duchovního stavu lidstva a schopností lidského poznání.<sup>4</sup> Jak už bylo zmíněno, pojem občanská společnost měl velký vliv na rozvoj nevýdělečných organizací. Tento pojem formuluje řada autorů (Havel, Pehe) i institucí (např. Organizace spojených národů). Jednoduchou a výstižnou definici formuluje Čepelka: „*Občanská společnost je prostě společnost odpovědných, samostatných a solidárních občanů, sebevědomých a iniciativních, kteří se volně sdružují při sledování svých osobních anebo veřejných zájmů. Opakem je společnost nesvobodných, izolovaných či lhostejných lidí, kteří žijí ve svých obrněných domácnostech*

<sup>1</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 36-37.

<sup>2</sup> SYNEK, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 2006, s. 393.

<sup>3</sup> REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2010, s. 27-32.

<sup>4</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 56.

*a tolerují maličká, všední zla, na nichž je založena moc totalitního státu, produkujícího zla velická. Jistý sociolog pravil, že nepodporovat rozvoj občanské společnosti znamená ponechávat prostor pro stát s vysokým stupněm totality a manipulace.“<sup>5</sup>*

První prezident samostatné České republiky Václav Havel občanskou společnost rozdělil do tří pilířů:<sup>6</sup>

- 1) **život spolkový** – svobodné sdružování lidí do různých organizací (spolky, nadace, profesní komory, církve, politické strany atd.) za účelem uskutečnění toho, co se lépe uskutečňuje společně než jednotlivě a na základě jiných než čistě podnikatelských zájmů a za podpory státu;
- 2) **samosprávná větev veřejné správy** – vše, co není nutné rozhodovat na centrální úrovni nebo v rámci hierarchie státní správy, rozhodují na nižších úrovních volení zástupci občanů, jde tedy o projev decentralizovaného státu;
- 3) **delegování určitých úkolů, za něž nese odpovědnost stát, na jiné subjekty** – subjekty plnící solidární funkce státu dané zákonem (např. sociální péče, péče o zdraví, péče o životní prostředí, péče o vzdělání) by měly mít postavení neziskových organizací, k nimž má stát určitá práva i povinnosti.

Bachmann (2011) tvrdí, že „charakter českého neziskového sektoru samozřejmě do velké míry odráží úroveň české občanské společnosti“, což vypovídá o míře angažovanosti a schopnosti naší společnosti uplatnit své vlastní zájmy vzhledem k ostatním dvěma sektorům národního hospodářství – podnikovému a státnímu.<sup>7</sup>

V odborné literatuře je uváděna celá řada kritérií, dle kterých lze vymezit prostor pro působení neziskových organizací v rámci národního hospodářství. Bachmann (2011) uvádí jednoduché dělení na tři sektory – státní, podnikový a neziskový, ke kterým Pestoff připojuje ještě čtvrtý sektor rodin a domácností<sup>8</sup> viz Příloha č. 1.

Čtyřsektorové členění podle Pestoffa volně navazuje na členění podle principu financování, které je dále popsáno a znázorněno na Obr. 2.1.

**Ziskový (tržní) sektor** je financován z prostředků získaných subjekty ziskového sektoru, který je získává z prodeje soukromých (tržních) statků, které sám vyrábí nebo je

---

<sup>5</sup> ČEPELKA, Oldřich. *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie*. 2003, s. 17.

<sup>6</sup> BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. 2011, s. 2-4.

<sup>7</sup> Tamtéž, s. 16.

<sup>8</sup> Tamtéž, s. 13.

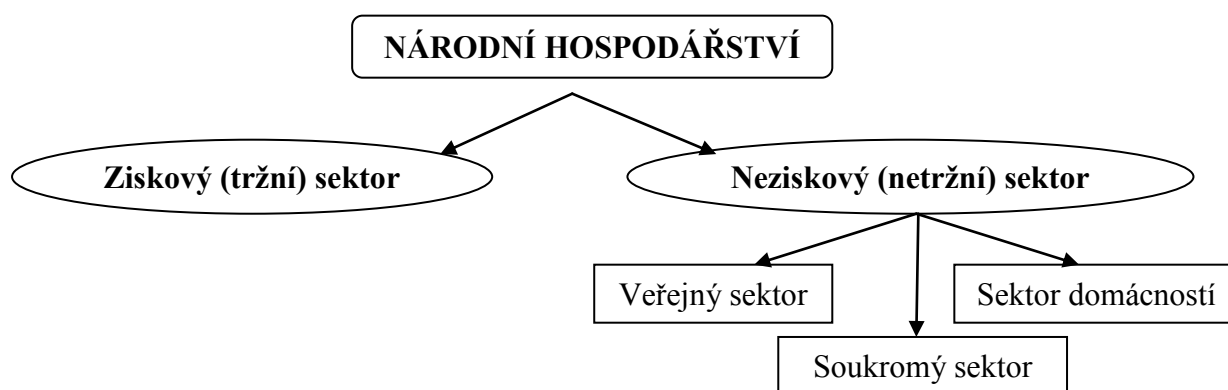
distribuuje. Prodej se uskutečňuje za tržní cenu, utvořenou na základě vztahu nabídky a poptávky, s cílem dosáhnout zisku.

**Neziskový (netržní) sektor** představují subjekty, které produkují smíšené a veřejné statky. Získávají finanční prostředky pro svoji činnost netržní cestou pomocí přerozdělovacích procesů (z veřejných financí). Cílem není finančně vyjádřený zisk, ale dosažení užitku převážně v podobě veřejné služby.

Neziskový (netržní) sektor se dále dělí na veřejný sektor, soukromý sektor a sektor domácností. Halásek (2012) je charakterizuje takto:<sup>9</sup>

- *Neziskový veřejný sektor* je financován z veřejných financí, je řízen a spravován veřejnou správou, rozhoduje se v něm veřejnou volbou a podléhá veřejné kontrole. Jeho cílem je poskytování veřejné služby.
- *Neziskový soukromý sektor* (nazývaný též sektor nestátních neziskových organizací) je součástí národního hospodářství, jehož cílem je přímý užitek, nikoliv zisk. Finanční prostředky čerpá ze soukromých financí (ale příspěvek z veřejných financí není vyloučen), tedy financí soukromých fyzických a právnických osob, které poskytují své soukromé finance do produkce nebo distribuce statků, aniž by jim toto počínání přineslo finančně vyjádřený zisk.
- *Sektor domácností* tvoří lidé, kteří vstupují na trh produktů a trh výrobních faktorů a tímto zasahují do koloběhu finančních toků. Tento sektor je důležitý pro formování společnosti, což má vliv na kvalitu a chod neziskových organizací.

**Obr. 2.1 Národní hospodářství podle principu financování**



Zdroj: REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení. s. 13. Vlastní zpracování.

<sup>9</sup> Srov. ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 2012, s. 9-10.

## 2.1.1 Základní charakteristiky neziskových organizací

Definování neziskové organizace je podobně problematické jako vymezení neziskového sektoru v rámci národního hospodářství. Podle autorů odborné ekonomické literatury vychází základní charakteristika z definice uvedené v zákoně č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů, jde o **„organizace charakteru právnické osoby, které nebyly zřízeny nebo založeny za účelem podnikání“**.

K 1. 1. 2014 vstoupila v platnost novela zákona o daních z příjmů, která přináší do neziskové oblasti zcela nový pojem „veřejně prospěšného poplatníka“, který v § 17a definuje takto: *„Veřejně prospěšným poplatníkem je poplatník, který v souladu se svým zakladatelským právním jednáním, statutem, stanovami, zákonem nebo rozhodnutím orgánu veřejné moci jako svou hlavní činnost vykonává činnost, která není podnikáním, a zároveň není obchodní korporací, Českou televizí..., profesní komorou nebo..., zdravotní pojišťovnou, společenstvím vlastníků jednotek a nadací atd.“*<sup>10</sup>

### 2.1.1.1 Znaky neziskových organizací

Obecně lze organizace působící v neziskovém sektoru charakterizovat těmito znaky:<sup>11</sup>

- jsou právnickými osobami (s výjimkou organizačních složek),
- nejsou založeny za účelem podnikání,
- nejsou založeny za účelem tvorby zisku,
- uspokojují konkrétní potřeby občanů a komunit,
- mohou, ale nemusí být financovány z veřejných rozpočtů.

Šimková (2012) rozeznává tři společné znaky jen pro nestátní neziskové organizace:<sup>12</sup>

- mají svoji autonomii danou zákonem, tzn. nejsou řízeny z vnějšku,
- členství výhradně na principu dobrovolnosti (s výjimkou některých profesních komor),
- tvorba neformální členské struktury v rámci legislativy, která vymezuje jejich založení a činnost.

<sup>10</sup> Zákon č. 586 ze dne 20. listopadu 1992 o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>11</sup> REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2010, s. 41.

<sup>12</sup> ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 2012, s. 10.

Bačuvčík (2010) přidává ještě další dvě charakteristiky nestátních neziskových organizací:<sup>13</sup>

- nejsou součástí státní správy ani místní samosprávy a neřídí je orgány, ve kterých je převaha státních úředníků,
- nerozdělují zisk, tzn. jejich případný zisk se nedělí mezi členy nebo vedení organizace, ale musí být použit k dosažení cílů daných posláním organizace.

Těchto pět znaků *nestátních neziskových organizací* v podstatě vychází z původní definice Salamona a Anheiera, podle které by nezisková organizace měla naplnit následující aspekty: institucionalizaci, soukromý charakter, nerozdělování zisku pro potřeby zakladatelů, samostatné řízení a dobrovolnost.<sup>14</sup>

### 2.1.1.2 Vize a poslání neziskových organizací

Dalšími rysy neziskové organizace jsou vize a poslání. Vize je myšlenka, představa, nápad chtít něco udělat, vyjadřuje základní orientaci organizace. Autoři Marek Šedivý a Olga Medlíková (2012) chápou myšlenku jako první impuls při zrodu neziskové organizace a její úspěšné fungování vyjadřují pomocí točící se spirály, v jejímž středu stojí právě myšlenka. Zároveň ale říkají, že myšlenka sama nestačí, pokud chce mít organizace výsledky, je třeba rozvinout vizi v poslání.<sup>15</sup> Jak říká Šimková (2012): „*Poslání vymezuje důvod existence ekonomického subjektu a má oproti vizi zcela konkrétní charakter.*“ Výstižně formulované poslání odlišuje danou organizaci od jiných podobně zaměřených a je základním vodítkem pro rozhodování o dlouhodobých cílech a strategii organizace.<sup>16</sup> Právě strategie je dalším bodem spirály, následuje image neboli obraz organizace v očích veřejnosti a na pomyslném konci spirály je pak dlouhodobý úspěch, který je ztotožňován s posledním bodem spirály, kterým je prestiž a vliv. Podaří-li se splnit všechny uvedené body, poslání je naplňováno a spirála úspěchu se roztočí.

### 2.1.2 Typologie neziskových organizací

Důvodem k systematizaci neziskových organizací je podle Rektořika (2010) hojnost jejich poslání a cílů a jejich působení napříč celou občanskou společností. Jedním z třídících

---

<sup>13</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 40.

<sup>14</sup> BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. 2011, s. 24-25.

<sup>15</sup> ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 2012, s. 16-17.

<sup>16</sup> ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 2012, s. 11.

kritérií je klasifikace neziskových organizací *podle charakteristiky realizovaných činností*.<sup>17</sup> Dalším třídícím znakem je *kritérium zakladatele*, které dělí neziskové organizace do tří skupin: veřejnoprávní organizace, soukromoprávní organizace a veřejnoprávní instituce. *Z hlediska financování* rozlišujeme organizace financované plně z veřejných rozpočtů, částečně z veřejných rozpočtů, z různých zdrojů a ze svých vlastních příjmů. Dále třídíme *podle kritéria globálního charakteru poslání* na organizace veřejně prospěšné a vzájemně prospěšné a *podle kritéria právně organizační normy*. Právě o poslední dvě jmenované se bude opírat následující text.

Na základě výše uvedených skutečností se jeví jako nejpřijatelnější členění neziskových organizací odvozené z globálního poslání organizace:<sup>18</sup>

- neziskové organizace **soukromoprávní vzájemně prospěšné** – *globální poslání vzájemně prospěšné činnosti* (zájmová sdružení právnických osob, občanská sdružení, honební společenstva, profesní komory – lékárníků, lékařů, auditorů, hospodářská a agrární komora atd.),
- neziskové organizace **soukromoprávní veřejně prospěšné** – *globální poslání veřejně prospěšné činnosti* (nadace a nadační fondy, obecně prospěšná společnost, církve a náboženské společnosti, politické strany a politická hnutí atd.),
- neziskové organizace **veřejnoprávní typu organizačních složek, příspěvkových organizací a samosprávných územních celků** – *globální poslání veřejné správy a veřejně prospěšné činnosti* (organizační složky státu a územních samosprávných celků, příspěvkové organizace, kraje, obce a svazky obcí, Nejvyšší kontrolní úřad, ústavní soud atd.),
- neziskové organizace **veřejnoprávní ostatní** – *globální poslání veřejně prospěšné činnosti* (Česká televize, Český rozhlas, Česká národní banka, státní fondy – Státní fond kultury, Státní fond rozvoje bydlení, Státní fond dopravní infrastruktury atd.),
- neziskové organizace **soukromoprávní typu obchodních společností** – *globální poslání veřejně i vzájemně prospěšné činnosti* (společenství vlastníků jednotek, družstvo, akciová společnost, společnost s ručením omezeným – zřízeny za jiným účelem než podnikání).

---

<sup>17</sup> REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2010, s. 40.

<sup>18</sup> REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2010, s. 42-43.

Kritérium právně organizační normy dělí neziskové organizace na:<sup>19</sup>

- organizace založené na základě těchto legislativních předpisů – zákona č. 218/2000 Sb., rozpočtová pravidla, ve znění pozdějších předpisů a zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů,
- organizace zřízené podle ostatních platných zákonů pro neziskové organizace
- organizace ustavené podle obchodního zákoníku (zákon č. 513/1991 Sb.) a organizace s podobným charakterem.

Toto členění se musí vždy opírat o platnou legislativu, proto je vhodné zmínit zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, který byl schválen dne 3. února 2012 a nabyt účinnosti 1. ledna 2014. Ve výčtu více než třech tisíc paragrafů nalezneme i ty, které se týkají změn v oblasti existence právnických osob dotýkajících se přímo činnosti neziskových organizací. Hlavní rozdíl od předchozí kusé právní úpravy je v tom, že nový občanský zákoník (dále NOZ) se snaží „život“ právnické osoby zachytit od okamžiku založení až po zánik, včetně problematiky přeměn a likvidace. Kodex tedy uceleně reguluje základní formy právnických osob a tuto úpravu již nepřenechává zvláštním zákonům.<sup>20</sup> NOZ vymezuje tři nové typy právnických osob: *korporace*, *fundace* a *ústav*.

**Korporace** je chápána jako právnická osoba založená na členském základě, který je tvořen jediným členem nebo společenstvím osob. Základním typem korporace je spolek, který mohou založit a spolčovat se v něm z důvodu naplnění společného zájmu alespoň tři osoby. Spolek je samosprávný a dobrovolný svazek členů.<sup>21</sup> Dnem účinnosti nového občanského zákoníku se občanské sdružení podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů stalo spolkem. Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů byl tímto zrušen.

**Fundace** je právnická osoba, která je tvořena na základě majetku. Patří mezi ně nadace, nadační fondy a ústavy. S tím souvisí i zrušení části zákona č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech.

**Ústav** je podle § 402 nového občanského zákoníku „*právnická osoba ustavená za účelem provozování činnosti užitečné společensky nebo hospodářsky s využitím své osobní a majetkové složky. Ústav provozuje činnost, jejíž výsledky jsou každému rovnocenně dostupné za podmínek předem stanovených.*“<sup>22</sup> Bezouška a Piechowiczová (2013) k tomu

---

<sup>19</sup> Tamtéž, s. 41.

<sup>20</sup> BEZOUŠKA, Petr a Lucie PIECHOWICZOVÁ. *Nový občanský zákoník - nejdůležitější změny*. 2013, s. 41.

<sup>21</sup> Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>22</sup> Tamtéž.

dodávají, že „ústav stojí na pomezí korporace a fundace, je vymezen především tím, že poskytuje určitou službu, a určující pro něj je, že má příjemce této služby.“ Ústav nahrazuje obecně prospěšnou společnost, neboť v jejím případě se nejedná o společnost, protože nemá žádné členy, pouze zaměstnance. Tímto se ruší zákon č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech, podle kterého však mohou nadále fungovat obecně prospěšné společnosti existující k datu účinnosti nového zákoníku nebo se mohou přeměnit na ústav, nadaci nebo nadační fond.<sup>23</sup>

NOZ dále vymezuje v § 144 i účel právnické osoby, který v prvním odstavci říká, že „právnickou osobu lze ustavit ve veřejném nebo soukromém zájmu.“<sup>24</sup> Avšak pro správné definování právnických osob je důležité doktrinární členění, které spojuje dvě kritéria – **faktický základ** a **právní základ**. Právní základ rozlišuje právnické osoby vzniklé z moci soukromoprávního aktu nebo z moci zákona či veřejnoprávního úkonu. Faktický základ dělí právnické osoby na korporace a nadace. Při kombinaci obou kritérií pak rozlišujeme:<sup>25</sup>

- soukromoprávní korporace (spolky, družstva a obchodní společnosti podle obchodního zákoníku apod.),
- veřejnoprávní korporace (nucené svazky s povinným členstvím, profesní komory – Česká lékárnická komora, Exekutorská komora, Komora daňových poradců atd.),
- soukromoprávní nadace,
- veřejnoprávní právnické osoby nadačního charakteru (fondy – Státní fond kultury aj.).

Z uvedených členění neziskových organizací a právnických osob jako takových je patrný určitý rozpor, který se týká určení působnosti profesních komor. U těchto komor může být na předním místě i veřejně prospěšná činnost, pokud ji veřejná správa legislativně u tohoto typu organizace preferuje. Prvek veřejné prospěšnosti je spatřován v kvalitním výkonu povolání s dopadem na veřejné služby, v garanci dlouhodobého vzdělávání nebo třeba v řešení přestupků členů komory a jejich případné potrestání.<sup>26</sup> NOZ toto demonstruje v § 146, který říká, že: „Veřejně prospěšná je právnická osoba, jejímž posláním je přispívat v souladu se zakladatelským právním jednáním vlastní činností k dosahování obecného blaha,

<sup>23</sup> BEZOUŠKA, Petr a Lucie PIECHOWICZOVÁ. *Nový občanský zákoník - nejdůležitější změny*. 2013, s. 62.

<sup>24</sup> Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>25</sup> HŮRKA, Petr et al. *Zákoník práce a související ustanovení občanského zákoníku s podrobným komentářem k l. 4. 2012*. 2012, s. 37.

<sup>26</sup> REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2010, s. 51.



atd.“.<sup>27</sup> Tento fakt řadí profesní komory mezi organizace hraničního typu s veřejným sektorem dle Pestoffova členění národního hospodářství.

### 2.1.2.1 Profesní komory

Profesní samospráva jako důležitá součást veřejné správy má na území ČR značnou tradici. Toto potvrzuje i ústavodárce v úvodním prohlášení Listiny základních práv a svobod, kde zmiňuje „*samosprávné tradice našich národů*“. Z hlediska ústavního jde o jediné zakotvení samosprávy v Ústavě č. 1/1993 Sb., která je dále upravena příslušnými zákony, které musí být v souladu s Ústavou a ústavním pořádkem.<sup>28</sup>

Profesní komory navazují na zvyklosti tzv. cechů – středověkých sdružení řemeslníků. Původ slova komora pochází z latiny a označovaly se jím ve středověku na panovnických dvorech klenuté místnosti, ve kterých se uchovával a spravoval soukromý majetek panovníka. Označení komora se poté přeneslo na úřady vykonávající správu panovníkova jmění, odtud přívlastek „komorní“. Později se název vžil pro označení složek parlamentu (horní a dolní komora) a různých samosprávných sborů.<sup>29</sup>

Koudelka (2008) profesní komory definuje takto: „... jsou zákonem zřízené právnické osoby povinně sdružující osoby určitého povolání ... jsou veřejnoprávní korporace.“<sup>30</sup> Sládeček (2009) doplňuje: „... jsou jako samosprávné nepolitické stavovské organizace...“<sup>31</sup> a Šefl ještě uvádí, že „samotný princip profesní samosprávy vyplývá z demokratických principů uspořádání společnosti a umožňuje jejím členům v zákonem daném rozsahu spravovat si samostatně své záležitosti spojené s výkonem profese“.<sup>32</sup>

Profesní samospráva má své charakteristické znaky:<sup>33</sup>

- **zákonný základ jejího zřízení** – jsou zřízeny přímo zákonem jako veřejnoprávní korporace,
- **právní základ** – mají vždy právní subjektivitu a mohou usměrňovat své členy pomocí svých vnitřních předpisů,
- **ekonomický základ** – mají svůj majetek a vlastní hospodaření, základním zdrojem příjmů jsou většinou členské příspěvky,

<sup>27</sup> Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>28</sup> KOUDELKA, Zdeněk. *Právní předpisy samosprávy*. 2008, s. 286.

<sup>29</sup> KOUDELKA, Zdeněk. *Samospráva*. 2007, s. 343.

<sup>30</sup> KOUDELKA, Zdeněk. *Právní předpisy samosprávy*. 2008, s. 287.

<sup>31</sup> SLÁDEČEK, Vladimír. *Obecné správní právo*. 2009, s. 317.

<sup>32</sup> ŠEFL, Vladimír. *Právní a ekonomické aspekty povinného členství v profesních komorách*. [online].

<sup>33</sup> KOUDELKA, Zdeněk. *Zájmová samospráva a její předpisy*. [online].

- **osobní základ** – profesní samospráva jako prvek veřejné správy se vždy vztahuje především k fyzickým osobám.

V podmínkách České republiky existují profesní komory na principu dobrovolného nebo povinného členství. Další část textu je věnována komorám s povinným členstvím.

K 1. 1. 2014 v ČR působí tyto profesní komory (zřízeny zvláštním právním předpisem) se sídlem v:

➤ **Brně**

- Exekutorská komora České republiky – zákon č. 120/2001 Sb.,
- Komora daňových poradců České republiky – zákon č. 523/1992 Sb.,
- Komora patentových zástupců České republiky – zákon č. 237/1991 Sb.,
- Komora veterinárních lékařů České republiky – zákon č. 381/1991 Sb.,

➤ **Olomouci**

- Česká lékařská komora – zákon č. 220/1991 Sb.,

➤ **Praze**

- Česká advokátní komora – zákon č. 85/1996 Sb.,
- Česká komora architektů – zákon č. 360/1992 Sb.,
- Komora auditorů České republiky – zákon č. 93/2009 Sb.,
- Česká komora autorizovaných inženýrů a techniků činných ve výstavbě – zákon č. 360/1992 Sb.,
- Notářská komora České republiky – zákon č. 358/1991 Sb.,
- Česká lékárnická komora – zákon č. 220/1991 Sb.,
- Česká stomatologická komora – zákon č. 220/1991 Sb.

S odkazem na uvedené zřizovací zákony je zřejmé, že většina komor byla zřízena poměrně brzy po pádu komunistického režimu v roce 1989. Komory lze zjednodušeně rozdělit do tří skupin. Komory sdružující profese, jejichž náplní je péče o zdraví a život, tvoří první skupinu. Do druhé skupiny se řadí profese poskytující právní poradenství a poslední skupinu profesí lze definovat jako profese technické v oboru staveb.<sup>34</sup>

Profesní komory mají svá daná specifika, kterými jsou:<sup>35</sup>

- **osobní působnost** – komory sdružují fyzické osoby samostatně vykonávající profesi stanovenou zákonem, s čímž souvisí povinné řádné členství,

<sup>34</sup> ŠEFL, Vladimír. *Právní a ekonomické aspekty povinného členství v profesních komorách*. [online].

<sup>35</sup> KOUDELKA, Zdeněk. *Právní předpisy samosprávy*. 2008, s. 288-290.

- **územní působnost** – komory působí v zásadě jen na území České republiky,
- **věcná působnost** – komory vykonávají nad členy mocenská oprávnění (vybírání poplatků, kárná pravomoc) a mohou ukládat sankce,
- **stavovské předpisy** – komory vydávají vlastní předpisy, které mají charakter právního předpisu a jsou právně vynutitelné.

Obecným cílem profesních komor je jednak dohled nad kvalitním výkonem povolání s ohledem na stránku profesionální, právní i etickou a zároveň ochrana a obhajoba profesních zájmů.<sup>36</sup>

### 2.1.3 Propagace v neziskovém sektoru

Pomocí propagace se neziskové organizace snaží informovat veřejnost o svých aktivitách ve snaze zvýšit povědomí o jejich činnosti a získat prostředky na tuto činnost. Promotion (propagace, komunikace) je součástí marketingového mixu. Marketingová komunikace neziskových organizací má tyto cíle:<sup>37</sup>

- informovat veřejnost o své existenci,
- informovat veřejnost o poslání, příčinách vzniku a cílech organizace,
- informovat veřejnost o tom, co nabízejí (produkty, služby) a v jaké kvalitě,
- informovat veřejnost o využití a přínosu jejich služeb,
- získávat sponzoring,
- vytvářet image organizace,
- měnit existující negativní stanoviska společnosti v pozitivní.

Marketingovou komunikace tvoří tzv. komunikační (propagační) mix, který obsahuje pět komunikačních (propagačních) nástrojů.<sup>38</sup>

- 1) **reklama** – jakákoliv placená neosobní prezentace produktu nebo služby,
- 2) **public relations** – komunikace soustředěná na zlepšení, udržení nebo ochranu image organizace nebo produktu,
- 3) **podpora prodeje** – krátkodobé podněty pro podporu nákupu nebo prodeje produktu,
- 4) **osobní prodej** – ústní prezentace produktu potencionálním zákazníkům za účelem prodeje,

<sup>36</sup> SLÁDEČEK, Vladimír. *Obecné správní právo*. 2009, s. 317.

<sup>37</sup> KINCL, Jan a kol. *Marketing podle trhů*. 2004, s. 151.

<sup>38</sup> ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 2012, s. 118.

- 5) **přímý marketing** – okamžité předávání informací a přímé získávání zpětné vazby od určitých zákazníků a průzkum jejich mínění.

Z nástrojů komunikačního mixu jsou pro organizace neziskového sektoru nejvhodnější první dva – reklama a public relations. Nevýhodou reklamy je to, že je docela drahá pro organizace s limitovaným rozpočtem. Ve srovnání s tím je budování vztahů s veřejností levnější a pro neziskové organizace dostupnější.<sup>39</sup>

## 2.2 Public relations

Kotler (2007) definuje public relations jako „*budování dobrých vztahů s různými cílovými skupinami díky získávání příznivé publicity, budování dobrého „image firmy“ a řešení a odvracení nepříznivých fám, pověstí a událostí.*“<sup>40</sup>

Bačuvčík (2010) označuje public relations (dále PR) za nejrozšířenější formu marketingových komunikací v neziskovém sektoru. Důvodem toho je, že se v oblasti PR marketingová komunikace mísí s potencionálními, současnými i budoucími uživateli služeb, donátory i veřejností, neboť jakákoliv činnost neziskové organizace má dosah právě v oblasti jejích PR. Metody PR využívají neziskové organizace k vytváření příznivého prostředí pro donátorství, což z nich dělá jakýsi předstupeň fundraisingu. Podmínkou pro financování neziskové organizace z veřejných rozpočtů je její příznivý obraz, který o sobě utváří prostřednictvím svých PR aktivit, a který je zároveň základním principem její pověsti. Obecně lze tvrdit, že i při částečném financování neziskové organizace z veřejných zdrojů, má nezisková organizace povinnost s veřejností komunikovat a dovolit jí tak plnit kontrolní úlohu, kterou vůči těmto organizacím má.<sup>41</sup>

Šedivý a Medlíková (2011) uvádějí, že pole působnosti public relations zahrnuje všechny aktivity a činnosti, které nezisková organizace podniká pro svou dobrou pověst. Názornou ukázkou tohoto v praxi je: spokojenost pracovníků v organizaci; veřejnost chválí akce pořádané neziskovou organizací a jejich účastníci je doporučují svým známým; organizaci kontaktují média a ptají se na odborné údaje a názory; narůstá počet individuálních dárců a zájemců o práci; pořádané akce se opakují a stávají se tradicí atd. Toto jsou výstupy PR aktivit, které je možno shrnout do šesti okruhů:

- 1) posilování firemní kultury a image organizace;

<sup>39</sup> KINCL, Jan a kol. *Marketing podle trhů*. 2004, s. 151.

<sup>40</sup> KOTLER, Philip a kol. *Moderní marketing*. 2007, s. 889.

<sup>41</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 92.

- 2) provoz webových stránek;
- 3) vydávání tištěných materiálů;
- 4) pořádání akcí;
- 5) komunikace s důležitými partnery a subjekty;
- 6) komunikace s médii.

Organizace jako subjekt public relations musí rozlišovat dva hlavní směry komunikace: externí a interní. Jedná se o aktivity směřující dovnitř organizace, tzv. interní PR a aktivity směřující navenek – externí PR. Oba tyto směry nelze oddělovat, vzájemně se prolínají všemi šesti zmíněnými oblastmi.<sup>42</sup> V public relations skoro vždy převažují externí PR nad interními, neboť v běžném životě jsou vztahy s vnější veřejností častější a většinou i složitější než bývají vztahy s vlastní veřejností v rámci organizace. Zatímco hlavním nástrojem interních PR je mocně vyhlížející corporate identity, externí PR jsou realizovány v mnohem problematičtějším prostředí.<sup>43</sup>

### 2.2.1 Východiska public relations

Jádrem problematiky public relations jsou tři fenomény: veřejné mínění, image a corporate identity. Tato východiska jsou předmětem diskuzí nejen v odborných kruzích, ale také mezi širokou veřejností, proto je dobré seznámit se s jejich podstatou a přiblížit si tak metody public relations.

#### 2.2.1.1 Veřejné mínění

Synonymem českého pojmu „*veřejné mínění*“ je anglický termín „*opinion public*“. Počátky zájmu o veřejné mínění sahají hluboko do historie, jako první použil v praxi termín veřejné mínění Američan Ivy Lee - považovaný za otce public relations. Pro tento zárodek dnešních public relations se dosud neustálila žádná závazná definice. V minulosti bylo učiněno velké množství pokusů jak formulovat tento pojem, které mnohdy nevyzněly příliš lichotivě. „*Jsou doby, kdy nejhorší ze všech mínění je to veřejné,*“ prohlásil v 18. století francouzský spisovatel Nicolas Chamfort. Dvě stě let poté britský politik Winston Churchill poznamenal, že: „*Mají-li dva lidé stále shodné názory, tak jeden z nich je zbytečný.*“<sup>44</sup> Svoboda (2009) uvádí, že: „*veřejné mínění se neskládá jen z hlasu lidu, ale že rovněž vzniká*

<sup>42</sup> ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2011, s. 51.

<sup>43</sup> SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2009, s. 90.

<sup>44</sup> KOPECKÝ, Ladislav. *Public relations: Dějiny – teorie – praxe*. 2013, s. 220.

*z politické komunikace elit, zprostředkovaně z komunikujících médií a z hovoru lidí o veřejných záležitostech“.*<sup>45</sup>

Kopecký (2013) tvrdí, že jedno je jisté, a to je síla, kterou veřejné mínění disponuje. Jako příklad může sloužit Velká francouzská revoluce, kdy veřejné mínění sehrálo hlavní roli ve vývoji událostí, které posunuly lidstvo k lepšímu. Ne vždy, však bývá veřejné mínění tak jednotné, došlo i k celé řadě situací, kdy ukázalo svou ambivalentní stránku.<sup>46</sup>

Kohout (1999) vyjmenovává tyto hlavní rysy veřejného mínění (dále v. m.):<sup>47</sup>

- v. m. odráží současné názory, postoje i nálady veřejnosti,
- v. m. nelze brát jako přesné rozumové poznání,
- v. m. obsahuje vždy prvky subjektivnosti, přibližnosti a dojmovosti,
- v. m. je určováno společenským zájmům, znalostí a tradic,
- v. m. se vytváří jen k významným stimulům (událostem, osobnostem, jevům či názorům),
- v. m. je ovlivnitelné mnoha způsoby: projevy politiků, manipulací demagogů, neustálým působením tzv. názorových vůdců (opinion leaders) a hlavně masmédií.

Veřejné mínění ztělesňuje kolektivní názor jednotlivců, které spojují jejich cíle, ambice, ideály, názory či potřeby. Veřejnost a veřejné mínění stály u zrodu public relations a jsou pro ně stále velkou proměnnou, k níž PR stále hledají klíč.<sup>48</sup>

### 2.2.1.2 Image

Dnes běžně používaný pojem „image“, znamenající „představu o něčem“, byl poprvé použit v roce 1955. Chce-li organizace dosáhnout úspěchu, je nezbytné budovat pozitivní image firmy neboli její dobré jméno na veřejnosti. Toto zjištění se traduje již od nepaměti, vždyť už Starý zákon v bibli káže: „*Výborné jméno je nad hojné bohatství, lepší než stříbro a zlato je přízeň.*“ Proto možná i Kohout (1999) hodnotí „*pozitivní image jako zlatý poklad firmy*“.<sup>49</sup>

Kohout (1999) také ve své knize *Veřejné mínění, image a public relations* ztotožňuje anglické slovo „image“ mimo jiné i s termínem „pověst“. O pár let později však řada teoretiků public relations význam těchto dvou pojmů odlišila, když upozornila na to, že image je pro

<sup>45</sup> SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2009, s. 15.

<sup>46</sup> KOPECKÝ, Ladislav. *Public relations: Dějiny – teorie – praxe*. 2013, s. 220.

<sup>47</sup> KOHOUT, Jaroslav. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. 1999, s. 15.

<sup>48</sup> KOPECKÝ, Ladislav. *Public relations: Dějiny – teorie – praxe*. 2013, s. 219-220.

<sup>49</sup> KOHOUT, Jaroslav. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. 1999, s. 35-36.

správné pochopení a budování dobrých vztahů s veřejností moc široký a složitý koncept, dle nich má význam především reputace čili pověst firmy. Rozdíl spatřují v tom, že image často podléhá změnám, zatímco reputace představuje dlouhodobě utvářenou pověst, která je v současnosti pro vzájemné vztahy organizace a veřejnosti důležitější.<sup>50</sup> Šedivý a Medlíková (2011) vidí pověst organizace jako „silný a zároveň křehký prvek její image“.<sup>51</sup> Z toho je patrná snaha zjednodušit metody public relations a firmám blíže objasnit jejich cíl snažení právě v oblasti PR, tzn. stavět své image na dobré pověsti.

### 2.2.1.3 Corporate identity

Třetí základní kámen public relations je corporate identity (dále CI) neboli forma identifikace společnosti. V předmluvě své knihy Annja Weinberger (2010), působící jako marketingová konzultantka, uvádí: „*Myšlenka corporate identity je pro mě základem každé interní a externí komunikace*“.<sup>52</sup> S tímto se ztotožňuje i Svoboda (2009): „...*prvořadým cílem CI je vytvořit jednoznačnou prezentaci společnosti, a to v procesu vnitřní i vnější komunikace*“.<sup>53</sup> K pochopení pojmu corporate identity vytvořili autoři Pflaum a Pieper v Lexikonu Public Relations tuto pracovní definici: „*Corporate identity představuje hlavní strategii podniku. Je také sociální technikou pro založení, rozvoj a stabilizaci organizace. CI disponuje určitým součtem vlastností a způsobů prezentace, které určitou organizaci spojují a současně ji od jiných odlišují.*“<sup>54</sup>

Prvním východiskem pro nastavení a realizaci CI je filozofie organizace (corporate philosophy), vyjadřující smysl činnosti organizace, jejímž cílem je stanovit jednotný image organizace (corporate image).

Teoreticky corporate identity funguje ve směru hodinových ručiček pomocí spojení těchto tří komponentů.<sup>55</sup>

- 1) **CI – základ** představuje materiál na budování identity (názvy, normy, ideje, systémy organizace),
- 2) **CI – výraz** je způsob, jak zveřejnit identitu (ztvárnění, kultura, komunikace),

<sup>50</sup> SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2009, s. 15.

<sup>51</sup> ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2011, s. 55.

<sup>52</sup> WEINBERGER, Annja. *Corporate Identity - Großer Auftritt für kleine Unternehmen: Mit der VIVA-Formel zum Erfolg: Mit der VIVA-Formel zum Erfolg / Vision - Identität - Verhalten – Außendarstellung*. 2010, s. 9.

<sup>53</sup> SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2009, s. 28.

<sup>54</sup> Tamtéž, s. 29.

<sup>55</sup> Tamtéž, s. 29.

- 3) **CI – ohlas** je vlastní činnost CI organizace směřující na vnitřní či vnější okolí (tzv. image).

V praxi se struktura corporate identity opírá o tyto prostředky:<sup>56</sup>

- **Corporate design** (jednotný design či jednotný vizuální styl) - je vizuální zvýraznění firmy na základě logotypu (značky), který firma používá ve všech projevech své prezentace.
- **Corporate communications** (firemní komunikace) – zajišťuje jednotnou komunikační strategii s cílem utvářet pozitivní vztahy k organizaci uvnitř i mimo ni.
- **Corporate culture** (firemní kultura) – je celkový charakter firmy a jejích pracovníků navenek, který vytváří prostřednictvím corporate design a corporate communications obraz podniku.
- **Produkt organizace** – je produkt nebo nabídka služeb organizace.

Z výše uvedeného vyplývá, že public relations představuje pojítko mezi corporate identity, image a veřejným míněním. Prosazováním zásad corporate identity se organizace snaží o žádoucí veřejné mínění, tedy usiluje o pozitivní image, respektive reputaci u veřejnosti. Tento princip funguje jak v tržním prostředí, tak i v neziskové sféře.

## 2.2.2 Formy public relations v neziskových organizacích a jejich cílové skupiny

Obecná teorie rozeznává několik forem, vlastně „druhových variant“ PR, které v nekomerčním marketingu mohou dosahovat jiných rozměrů než v marketingu komerčním. Jde jmenovitě o:<sup>57</sup>

**Media relations** neboli press relations, což jsou vztahy s médii. Média mají velkou moc a jsou zpravidla bezplatná, pro neziskové organizace představují zásadní formu publicity, pomocí které utváří vlastní „virtuální mediální realitu“, která má značný vliv na veřejné mínění. Spolupráce s neziskovou organizací je zajímavá i pro samotná média, která tak získávají pro svůj předmět činnosti témata s dlouhodobější platností. Avšak jen mediálně zajímavé kauzy stojí v popředí zájmu médií, běžná činnost neziskové organizace zaujímá naopak většinou poslední příčky.

---

<sup>56</sup> SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2009, s. 30.

<sup>57</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 92-94.



**Community relations** představují vztahy s nejbližším okolím organizace. Jde o komunikaci uvnitř regionu, která má význam hlavně u organizací, které mají snahu aktivně se podílet na komunitním plánování, utváření sociální ekonomiky nebo třeba zastupují zájmy části místní veřejnosti vůči ostatním skupinám.

**Minority relations** jsou chápány jako vztahy s menšinami, které představují uživatele služeb jako nositelé zájmů, které organizace hájí, nebo jako nositelé zájmů konkurenčních. Vliv menšin může být díky médiím a dobře organizovaným mocenským vazbám mnohdy neúměrně větší než jejich procentuální zastoupení.

**Employee relations** reprezentují vztahy s vnitřní veřejností. V neziskových organizacích se jedná o vztahy se zaměstnanci, dobrovolníky a členy, popřípadě s jejich příbuznými a dalšími blízkými osobami. Každý z nich může být brán jako potenciální mluvčí organizace, proto je nutné věnovat řízení těchto vztahů v organizaci přiměřenou pozornost.

**Government relations** popisují vztahy s vládními institucemi, respektive s orgány veřejné správy. Tyto vztahy nemají své pole působnosti jen v oblasti fundraisingu, neboť zde platí, že PR jsou právě jeho předstupněm. Pro neziskové organizace to znamená nanejvýš informovat všechny, kteří mohou mít vliv na jejich existenci a činnost. Druhou podstatnou sférou patřící pod government relations je lobbying, tedy uplatňování vlastních zájmů hlavně při přípravě a schvalování příslušné legislativy. Poslední oblastí government relations je vytváření společných projektů neziskového sektoru a veřejné správy a komunitní plánování.

**Investor relations** má v případě neziskových organizací spojitost s problematikou fundraisingu ve všech jeho formách.

**Industry relations** je možné popsat jako vztahy mezi organizacemi s podobnou činností v rámci neziskového sektoru, popřípadě i mimo něj (bez ohledu na to, zda se jedná o neziskové organizace, komerční firmy či instituce veřejné správy). V této oblasti má význam přemýšlet o „image neziskového sektoru“, na které se podílejí jak pozitivně, tak i negativně všechny neziskové organizace všemi svými zprávami a kauzami (např. zneužití humanitární pomoci).

**University relations** lze obecně chápat jako vztahy se vzdělávacími institucemi. Pro neziskové organizace mohou mít význam v podobě studentů uskutečňujících povinnou praxi nebo vyhotovujících různé školní práce. Je to způsob, jak může nezisková organizace získat prakticky zdarma nezávislou práci nebo expertizu. Nalezení vhodných témat by se mělo stát tématem spolupráce mezi neziskovými organizacemi a vzdělávacími institucemi.

**Celebrity relations** mohou být pro neziskové organizace přínosné, pokud se jím podaří pro své účely získat konkrétní známou osobnost, která se bude prezentovat jako její garant. Nemusí se jednat o celebrity jako takové, ale například o význačné důvěryhodné odborníky z různých oborů, nejlépe blízkých činnosti organizace. Podpora ze strany garanta může mít různou formu – vystupování na veřejných akcích, úvodní slovo ve výroční zprávě nebo sepsání doporučujícího dopisu, který může organizace používat v rámci svých fundraisingových aktivit. Spolupráce s celebritou má však také svá úskalí, spojení s celebritou může neziskovou organizaci ohrozit v případě, že se celebrita dostane do potíží (toto platí i naopak).

**Public affairs** jsou v odborných publikacích definovány různě, někteří autoři tento pojem nazývají jako „veřejné záležitosti“ a ztotožňují ho obecně s PR neziskové organizace. Je za tím snaha zdůraznit, že činnost neziskových organizací má vždy veřejný charakter. V komerční sféře se tento pojem někdy používá pro označení aktivit spojených s tvorbou obecné politiky nebo zákonodárství. Nejčastěji se ale tímto termínem označuje spojení PR nebo obecně propagačních aktivit komerčních podniků a neziskové sféry.

Pro pochopení uvedených forem PR je dobré se zaměřit na hlavní okruhy cílových skupin PR neziskových organizací. Jejich správné určení je základem každé PR strategie nejen v neziskovém sektoru, ale i v tom komerčním. Nezisková organizace by měla v souladu se svým posláním podrobně rozebrat cílové skupiny i podporovatele a poté si ujasnit jejich potřeby. V podstatě to znamená, že si organizace uvědomí tato fakta:<sup>58</sup>

- 1) Kdo přesně tvoří cílové skupiny a podporovatele?
- 2) Jak jsou tyto skupiny velké?
- 3) Jaké jsou základní potřeby daných skupin?
- 4) Co tyto skupiny skutečně chtějí?

Šedivý a Medlíková (2011) obecně označují za cílovou skupinu: přímé klienty, nepřímé klienty (např. rodinní příslušníci klientů), zaměstnance, dobrovolníky nebo členy statutárních orgánů. Mezi podporovatele podle nich nejčastěji patří: členové statutárních orgánů, management organizace a další zaměstnanci, dobrovolníci, dárci a sponzoři, zakladatelé, média, skupiny veřejnosti ovlivňující přímo činnost organizace, dodavatelé služeb, spolupracující domácí i zahraniční subjekty, subjekty veřejné správy. Z tohoto je

---

<sup>58</sup> ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2011, s. 35.

patrné, že členové statutárních orgánů, zaměstnanci a dobrovolníci se ve výčtu opakují, neboť na jejich potřeby je možné pohlížet jako na cílovou skupinu i jako na podporovatele.<sup>59</sup>

Bačuvčík (2010) vyjmenovává u neziskových organizací tyto cílové skupiny:<sup>60</sup>

- *Vnitřní veřejnost* (zaměstnanci, dobrovolníci, členové) – základem úspěšné komunikace s okolím je jejich loajalita,
- *Vnější veřejnost* (případně její část) – má vůči neziskovým organizacím kontrolní roli a může apelovat na potenciální donátory,
- *Donátoři* a jejich jednotlivé skupiny,
- *Legislativci* – jsou voleni veřejností,
- *Média* – jednak zprostředkovávají komunikaci s ostatními cílovými skupinami, ale mohou také jejich postoje a rozhodování zásadně ovlivňovat, proto jsou v PR neziskových organizací brány za samostatnou cílovou skupinu s velkým mocenským potenciálem.

### 2.2.3 Základní nástroje public relations neziskových organizací

V komunikačním procesu PR lze rozlišit prostředky individuálního a skupinového působení. Mezi prostředky individuálního působení se řadí osobní rozhovory a dopisy působící uvnitř i vně organizace. Do skupinové (masové, hromadné) komunikace patří velká škála prostředků, které se odlišují svou finanční náročností, ovlivnitelností různými šumy a potenciálem oslovit danou cílovou skupinu.<sup>61</sup>

Americký profesor mezinárodního marketingu Philip Kotler (2000) kompletuje podle tzv. pravidla PENCILS soubor nejvýznamnějších nástrojů PR pro marketingové komunikace takto:<sup>62</sup>

**P = publications** (publikace – výroční zprávy, podnikové časopisy, brožury pro potřebu zákazníků),

**E = events** (veřejné akce – sponzorování uměleckých či sportovních akcí nebo prodejních výstav),

**N = news** (noviny – příznivé zprávy o podniku, jeho zaměstnancích a produktech),

---

<sup>59</sup> Tamtéž, s. 35-36.

<sup>60</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 96.

<sup>61</sup> Tamtéž, s. 96-97.

<sup>62</sup> KOTLER, Philip. *Marketing podle Kotlera: Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. 2000, s. 125.

**C = community involvement activities** (angažovanost pro komunitu, vynakládání času a peněz na potřeby místních společenství),

**I = identity media** (nosiče a projevy vlastní identity, hlavičkové papíry, vizitky, podniková pravidla oblékání),

**L = lobbying activity** (lobbyistické aktivity – snaha o prosazení příznivých nebo zablokování nepříznivých legislativních a regulačních opatření),

**S = social responsibility activities** (aktivity sociální odpovědnosti – budování dobré pověsti v oblasti podnikové sociální odpovědnosti).

Čeští odborníci na marketing neziskového sektoru (Bačuvčík, Šedivý a Medlíková, Bachmann) definují komunikační prostředky, které mohou mít význam pro PR neziskových organizací nebo v neziskovém prostředí nabývají netradičních podob takto:

**Corporate identity** – vzhledem k nedostatku finančních prostředků v neziskové oblasti nabízejí velký potenciál prvky CI, předně organizační kultura a design, které pomáhají téměř „bezplatně“ spoluvytvářet image organizace.

**Osobní kontakty** – každý rozhovor dobrovolných či placených pracovníků neziskové organizace s vnějším okolím je nutno brát jako součást jejích PR.

**Osobní dopisy** – v dnešní době elektronické komunikace nabývají klasické dopisy řádně upravené v duchu zásad CI nový rozměr při příležitostech, jako je komunikace s donátory, dobrovolníky nebo dlouholetými uživateli služeb.<sup>63</sup>

**Tištěné materiály** – nejrůznější tiskoviny vydává většina neziskových organizací. Lze je pomyslně rozdělit na materiály interní povahy (vizitky, hlavičkové papíry, smlouvy, objednávky, faktury, organizační dokumenty) a na externí materiály (informační a propagační letáky, časopisy, výroční zprávy, tiskové zprávy a různé publikace).<sup>64</sup>

**Výroční zpráva** – výroční zpráva neziskové organizace není vyžadována zákonem, ale i přesto je dobré ji vydat a zpřístupnit veřejnosti k takzvané kontrole, pokud chce organizace působit věrohodně a transparentně. Výroční zpráva je vyžadována i za jiných okolností, např. se většinou dokládá k žádosti o dotaci, a to nehledě na to, zda jde o veřejné či soukromé zdroje. Obsah výroční zprávy by měl hlavně poskytovat skutečné a ověřitelné

---

<sup>63</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 98.

<sup>64</sup> ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 2012, s. 35.

informace, bohužel řada neziskových organizací se při její tvorbě věnuje víc formě než obsahu.<sup>65</sup>

**Internet** (webová prezentace) – nezisková organizace, která nemá na internetu své webové stránky, jako by nebyla. Webové stránky představují často první místo, kde se s organizací potká člověk, který ji dosud neznal. Bez nich není možné budovat značku, dobré jméno ani image organizace.

**Veřejné a odborné akce** – existují dva dobré důvody proč pořádat akce, a to peníze a vztahy s příznivci a podporovateli organizace.<sup>66</sup> Mezi veřejně zaměřené akce patří např. dny otevřených dveří nebo veřejné prezentace, které přibližují veřejnosti činnost neziskové organizace. Mezi odborné akce se řadí např. konference, otevřené workshopy, semináře, kurzy atd.<sup>67</sup>

Správně zvolené propagační aktivity jsou základem komunikační strategie, která vede k naplnění cílů organizací jak komerčních, tak i nekomerčních a je zároveň předpokladem pro jejich hospodaření s vyrovnaným rozpočtem. Účinnost komunikační strategie v procesu PR umožňuje zjistit zpětná vazba, na základě které lze sjednat možnou nápravu do budoucna.

---

<sup>65</sup> BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. 2011, s. 235.

<sup>66</sup> ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. 2012, s. 37.

<sup>67</sup> BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. 2010, s. 100-101.

### 3. Analýza hospodaření a public relations vybrané neziskové organizace

#### 3.1 Charakteristika České lékárnické komory

Česká lékárnická komora (dále ČLnK) je zákonem<sup>68</sup> zřízenou, samosprávnou, nepolitickou, stavovskou organizací sdružující lékárníky, se sídlem v Praze. Její ustavující sjezd se uskutečnil 28. a 29. září 1991. ČLnK je právnickou osobou vykonávající svou působnost na území České republiky.

Členem ČLnK může být každý, kdo řádně ukončil studium farmaceutické fakulty na české nebo zahraniční univerzitě a je oprávněn k výkonu farmaceutické praxe na území ČR. Pro farmaceuty pracující v zařízení lékárenské péče v ČR je členství povinné. K 31. 12. 2012 měla ČLnK 8 189 členů, z nichž 1 468 nevykonávalo aktivně své povolání v lékárenském zařízení (důchodci, ženy na mateřské dovolené, ostatní).<sup>69</sup>

ČLnK je od roku 1997 členem Evropského svazu lékárníků (Pharmaceutical Group of the European Union – PGEU) se sídlem v Bruselu a od roku 2008 má ve výkonném výboru PGEU svého zástupce. ČLnK je také od roku 1999 členem odborné organizace EuroPharm Forum (EPF) se sídlem v Kodani.

##### 3.1.1 Předmět činnosti

Posláním komory je dbát na to, aby její členové vykonávali své povolání s náležitou odborností, v souladu s jeho etikou a způsobem stanoveným právními předpisy a vnitřními řády komory.

Základními úkoly spadajícími do **hlavní činnosti** komory jsou zejména:<sup>70</sup>

- vést seznam členů komory,
- vydávat stavovské předpisy a řády komory (viz Příloha č. 2),
- stanovovat podmínky a vydávat osvědčení k výkonu soukromé praxe svých členů a k výkonu funkce odborných zástupců,
- vydávat pro členy komory závazná stanoviska k odborným problémům poskytování zdravotní péče,

---

<sup>68</sup> Zákon č. 220 ze dne 8. května 1991 o České lékařské komoře, České stomatologické komoře a České lékárnické komoře, v znění pozdějších předpisů.

<sup>69</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Výroční zpráva za rok 2012*. [online].

<sup>70</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Organizační řád ČLnK*. [online].

- účastnit se provádění specializačních zkoušek, vyjadřovat se k podmínkám a způsobu dalšího vzdělávání lékárníků a zabezpečovat celoživotní vzdělávání lékárníků,
- vydávat osvědčení o odborné způsobilosti, odborné praxi a profesní zachovalosti lékárníků,
- poskytovat svým členům právní pomoc,
- řešit stížnosti občanů týkající se odbornosti nebo etiky poskytování lékařské péče,
- uplatňovat disciplinární odpovědnost členů komory.

K plnění těchto úkolů jsou jednotlivé orgány komory oprávněny zejména:<sup>71</sup>

- provádět a rušit zápisy v seznamu členů,
- obstarat právní pomoc členům ve sporech spojených s výkonem povolání,
- účastnit se jednání při tvorbě cen léčiv a sazebníků ostatních služeb,
- účastnit se výběrových řízení při obsazování vedoucích míst ve zdravotnictví,
- vyžadovat od svých členů údaje a doklady spojené s výkonem povolání,
- zaujímat stanoviska a podávat návrhy ke koncepci lékařství a lékařské péče,
- vykonávat další činnost, pokud tak stanovil zvláštní zákon.

ČLnK provozuje také vedlejší tzv. **hospodářskou činnost**, do které patří podnikatelské aktivity spojené výhradně s podporou této stavovské organizace (např. pořádání Lékárnického plesu).

### 3.1.2 Organizační struktura

ČLnK se jako samosprávná organizace řídí svým organizačním řádem, který upravuje i její organizační strukturu, která odpovídá územnímu principu. Základním článkem komory jsou **okresní sdružení lékárníků**, v hlavním městě Praze **obvodní sdružení lékárníků**, která se mohou slučovat a tvořit společné orgány, kterými jsou:

- *okresní shromáždění členů* – nejvyšší orgán, volí další orgány a předsedu, volí zástupce na sjezd delegátů, schvaluje rozpočet okresního sdružení atd.,
- *představenstvo okresního sdružení* – řídicí a výkonný orgán, má 7 až 11 členů, vede evidenci členů okresního sdružení, hospodaří se svěřeným majetkem, vede dokumentaci o své činnosti atd.,
- *čestná rada okresního sdružení* – vykonává disciplinární pravomoc, má 5 členů, může uložit za porušení povinnosti člena komory důtku nebo pokutu atd.,

<sup>71</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Organizační řád ČLnK*. [online].

- *revizní komise okresního sdružení* – kontrolní orgán, má 3 až 5 členů, kontroluje činnost okresního sdružení, pozastavuje výkon rozhodnutí představenstva, pokud je v rozporu se zákony, řády a ostatními předpisy komory, podává návrh na zahájení disciplinárního řízení atd.

Nejvyšším centrálním orgánem komory je **sjezd delegátů**, jehož rozhodnutí jsou závazná pro všechny členy a všechny orgány komory, je svoláván minimálně jednou ročně. Řídícím a výkonným orgánem je **představenstvo komory**, které čítá 15 až 20 členů. Čelním představitelem komory je **prezident** zastupující komoru navenek. Prezident svolává a řídí jednání představenstva komory. V případě jeho nepřítomnosti ho zastupuje **viceprezident** komory a je-li nepřítomen i on, pak pověřený člen představenstva. Na centrální úrovni funguje rovněž **čestná rada a revizní komise**.<sup>72</sup>

### 3.2 Hospodaření České lékárnické komory

ČLnK je veřejnoprávní korporací s vlastním majetkem, která hospodáří podle vlastního rozpočtu. Jistá pravidla hospodaření zmiňuje už její zřizovací zákon<sup>73</sup>, ta jsou však značně obecná, proto je nutná konkretizace ve vnitřních předpisech. Stavovským předpisem přinášejícím přesnější podobu hospodaření komory je její finanční řád. Dále musí komora jako účetní jednotka postupovat podle obecně platných právních předpisů, kterými jsou zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, vyhláška č. 504/2002 Sb., ve znění pozdějších předpisů a České účetní standardy pro účetní jednotky, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání. Účetnictví komory a všech okresních sdružení lékárníků vede sekretariát komory, a to v plném rozsahu. Příjmy ČLnK jsou zdaňovány podle platných daňových zákonů, zejména podle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.

Ke zhodnocení hospodaření ČLnK bude nápomocna finanční analýza, jejíž podstata je objasněna v následujícím textu.

<sup>72</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Organizační řád ČLnK*. [online].

<sup>73</sup> Zákon č. 220 ze dne 8. května 1991 o České lékařské komoře, České stomatologické komoře a České lékárnické komoře, v znění pozdějších předpisů.



### 3.2.1 Finanční analýza

Existuje celé množství definic pojmu „finanční analýza“. Obecně lze konstatovat, že „*finanční analýza slouží ke komplexnímu zhodnocení finanční situace podniku.*“<sup>74</sup> V zásadě nejvýstižnější je vymezení, říkající, že „*finanční analýza představuje systematický rozbor získaných dat, která jsou obsažena především v účetních výkazech.*“<sup>75</sup> Na základě údajů z výkazů hodnotí minulé účetní období, současný stav a podílí se i na formulaci vhodných řešení do budoucna. Finanční analýza neslouží jen jako samoučelný nástroj finančního řízení firmy, ale jde o cílenou analýzu silných a slabých stránek jejího finančního zdraví.<sup>76</sup>

V souvislosti s metodami finanční analýzy je v odborné literatuře upřednostňováno toto členění:

- *Fundamentální finanční analýza* – jedná se spíše o vyhodnocení kvalitativních údajů o firmě, na základě odborného odhadu založeného na empirických i teoretických znalostech analytika,
- *Technická finanční analýza* – soustřeďuje se na kvantitativní ekonomické údaje, které zpracovává prostřednictvím matematických, matematicko-statistických a jiných algoritmizovaných metod. V podstatě ji lze rozdělit do dvou skupin na:
  - **Metody vyšší finanční analýzy** – jejich použití není běžné ve firemní praxi, zpravidla se jimi zabývají specializované firmy, neboť jsou závislé na hlubších znalostech matematické statistiky, ale také teoretických i praktických ekonomických znalostech a k jejich aplikaci je nutné kvalitní softwarové vybavení,
  - **Metody elementární technické analýzy** – představují základ finanční analýzy a zahrnují všechny základní postupy, které je možné použít ve firemní praxi. K elementárním metodám patří čtyři základní přístupy, které jsou naznačeny na<sup>77</sup> Obr. 3.1.

---

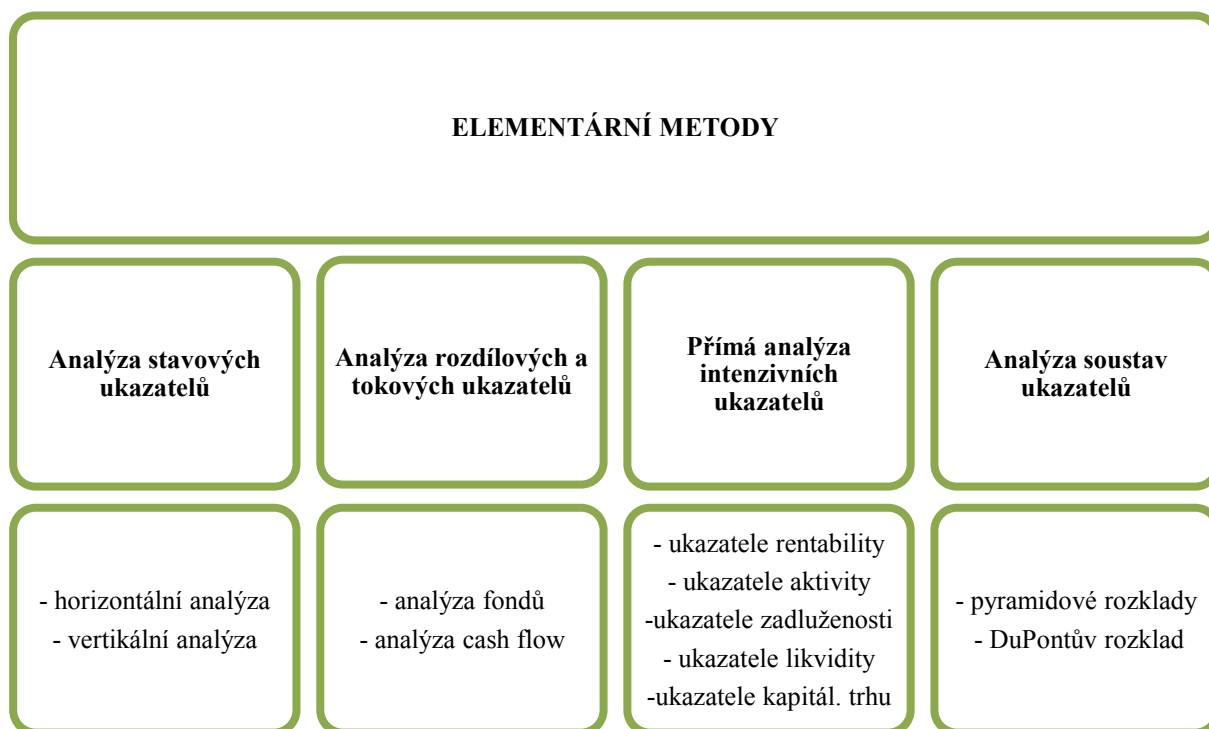
<sup>74</sup> KNÁPKOVÁ, A., D. PAVELKOVÁ a K. ŠTEKER. *Finanční analýza: Komplexní průvodce s příklady*. 2. vyd. Praha: Grada, 2013. 240 s. ISBN 978-80-247-4456-8. s.17.

<sup>75</sup> RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 4. vyd. Praha: Grada, 2011. 143 s. ISBN 978-80-247-3916-8. s.9.

<sup>76</sup> Tamtéž, s.41.

<sup>77</sup> RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. *Finanční management*. Praha: Grada, 2012. 296 s. ISBN 978-80-247-4047-8. s. 99-100.

**Obr. 3.1 Členění elementárních metod finanční analýzy**



Zdroj: RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. Finanční management. s. 100. Vlastní zpracování.

Finanční analýza je určena především pro firmy, pro které je prioritou zisk. Úspěšné finanční řízení je však zásadní pro všechny organizace bez rozdílu právní formy či zdrojů financování, tedy i pro neziskové organizace. Samotná existence organizací veřejného sektoru se opírá o rozpočet a dalším základním pilířem je možnost realizovat tzv. doplňkovou činnost. Ta je realizována za účelem využití majetku a odborných znalostí zaměstnanců a musí být vykonávána jako zisková, za účelem následné podpory činnosti hlavní. Pro hodnocení hospodaření neziskových subjektů je podstatné hlavně měření úspornosti vynaložených nákladů k požadovanému výstupu. Účinné řízení nákladů a výnosů má značný význam zvláště z hlediska účelnosti a hospodárnosti. Cílem činnosti neziskově orientovaných organizací není zisk a jeho maximalizace, nýbrž samofinancování, tj. aby své náklady (výdaje) hradily ze svých výnosů (příjmů), minimalizovaly vynaložené prostředky a dosahovaly maxima účinku s disponibilními zdroji. Zisku je dosahováno spíše v podobě úspory rozpočtových výdajů. Ukazatele rentability, na které je zaměřena pozornost podnikatelských subjektů, tak na poli neziskových organizací ztrácejí svůj význam.<sup>78</sup>

<sup>78</sup> OTRUSINOVÁ, Milana a Dana KUBÍČKOVÁ. *Finanční hospodaření municipálních jednotek po novele zákona o účetnictví*. Praha: C. H. Beck, 2011. 178 s. ISBN 978-80-7400-342-4. s.110-111.

Rozbor hospodaření ČLnK bude proveden pomocí jedné z elementárních metod finanční analýzy – *analýzy stavových (absolutních) ukazatelů*, která obsahuje zejména:

- **Analýzu trendů (horizontální analýzu)** – zaměřuje se na srovnání změn položek jednotlivých účetních výkazů v časové řadě. Sleduje absolutní výši změn a její procentní vyjádření k výchozímu roku pomocí následujícího výpočtu:

$$\text{Absolutní změna} = \text{Ukazatel}_t - \text{ukazatel}_{t-1}$$

$$\% \text{ změna} = (\text{Absolutní změna} \times 100) / \text{Ukazatel}_{t-1}$$

- **Procentní rozbor (vertikální analýzu)** – vyjadřuje jednotlivé položky účetních výkazů jako procentní podíl k jediné zvolené základně stanovené jako 100%.<sup>79</sup>

Podkladem pro analýzu hospodaření ČLnK budou ekonomická data z let 2008 až 2012 získaná z auditovaných účetních závěrek a zobrazená v rozvaze a ve výkazu plnění rozpočtu, jehož obsah tvoří přehled výnosů a nákladů a jejich rozdíl, tj. výsledek hospodaření stejně jako u výkazu zisků a ztrát. Zatímco rozvaha a výkaz zisků a ztrát mají právně závaznou podobu a jsou označovány spolu s výkazem cash flow za *finanční účetní výkazy*, v případě výkazu plnění rozpočtu se jedná o *účetní výkaz vnitropodnikový*, který je sestavován čtvrtletně a vychází z potřeb komory. Růčková (2011) tvrdí, že „...právě využití vnitropodnikových informací vede ke zpřesnění výsledků finanční analýzy...“<sup>80</sup>, stejně tak i výkaz plnění rozpočtu ČLnK poskytuje věrnější pohled na složení nákladů a výnosů komory než standardizovaná podoba výkazu zisků a ztrát.

### 3.2.1.1 Analýza majetkové a finanční struktury

Majetková a finanční struktura tvoří obsah rozvahy, což je jeden ze základních výkazů účetní závěrky. Rozvaha označovaná též jako balance vypovídá o majetkové a finanční situaci účetní jednotky k danému okamžiku. Rozvaha je tedy účetní výkaz, ve kterém je majetek uspořádán k rozvahovému dni podle druhů majetku (aktiva) a podle zdrojů jeho krytí (pasiva). Hodnoty zobrazované v rozvaze k určitému okamžiku lze označit jako stavové veličiny, což rozvahu odlišuje od jiných účetních výkazů ukazujících tzv. tokové veličiny, tj. hodnoty platné za určité období. Správně sestavená rozvaha musí splňovat základní bilanční rovnici - součet aktiv se rovná součtu pasiv. Aktiva vyjadřující formu, druh majetku se člení dle doby, po kterou jsou v podniku k dispozici, tedy na dlouhodobý majetek a krátkodobý majetek. Aktiva jsou ve výkazu řazena od nejméně likvidních po nejlikvidnější. Dlouhodobý majetek

<sup>79</sup> KNÁPKOVÁ, A., D. PAVELKOVÁ a K. ŠTEKER. *Finanční analýza: Komplexní průvodce s příklady*. 2013, s. 61 a 68.

<sup>80</sup> RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 2011, s. 21.

lze popsat jako majetek s dobou přeměny na hotové prostředky delší než jeden rok a s postupnou spotřebou. Dlouhodobý majetek označovaný jako stálá aktiva dělíme dále na dlouhodobý nehmotný majetek (dále DNM), dlouhodobý hmotný majetek (dále DHM) a dlouhodobý finanční majetek (dále DFM). Majetek krátkodobý nazývaný jako oběžná aktiva účetní jednotka používá po dobu kratší než jeden rok a předpokládá jeho přeměnu na peněžní prostředky během jednoho roku. Oběžná aktiva zahrnují zásoby, krátkodobé pohledávky a krátkodobý finanční majetek (dále KFM). Pasiva představují strukturu podnikového kapitálu, ze kterého je financován majetek podniku a dělí se z hlediska vlastnictví na vlastní kapitál a cizí kapitál.<sup>81</sup> Mezi vlastní zdroje krytí patří základní kapitál, fondy a výsledek hospodaření. Závazky vůči dodavatelům, zaměstnancům, bance nebo státu pak tvoří cizí zdroje krytí. Jak na straně aktiv, tak i na straně pasiv figuruje položka časové rozlišení, která má vliv na správné vyčíslení hospodářského výsledku.

Finanční řád komory definuje majetek ČLnK v § 10, který uvádí, že majetek tvoří **finanční prostředky na bankovních účtech, finanční hotovost, hmotný a nehmotný investiční majetek, zásoby, pohledávky, závazky a fondy**. Následující paragraf uvádí, že oprávnění hospodařit s majetkem komory mají jen osoby pověřené představenstvy okresních sdružení a komory. Představenstvo komory je odpovědné za evidenci majetku, která se řídí interní směrnici o způsobu evidence a odpisování majetku, což blíže specifikuje § 12 finančního řádu. Hospodaření s majetkem komory kontroluje revizní komise podle schváleného rozpočtu.<sup>82</sup>

**Horizontální analýza** rozvahy (viz Příloha č. 3) ukázala, že z hlediska celkového majetku ČLnK lze pozorovat vzrůstající vývoj hodnoty celkových aktiv, která se v letech 2008 až 2012 zvýšila skoro o 65 %. V roce 2009 zakoupila ČLnK nemovitost, což se promítlo do navýšení sumy aktiv bezmála o 40 %, absolutně pak o téměř 7 mil. Kč. Vlastní nemovitost byla zakoupena pro potřeby nového sídla komory a znamenala rapidní zvýšení podpoložky „stavby“ o 291 % a změnu hodnoty u podpoložky „pozemky“ z nuly na téměř 5 mil. Kč, což způsobilo výrazné navýšení DHM o více než 362 %. Nákup nemovitosti vyvolal také výraznou změnu v majetkové struktuře ČLnK, kterou v předcházejících letech tvořila převážně oběžná aktiva. V roce 2009 vlivem pořízení nové budovy došlo k prudkému poklesu u KFM téměř o 83 %, což se projevilo snížením oběžných aktiv skoro o 70 % a v majetkové struktuře nastala převaha stálých aktiv. Vývoj stálých aktiv měl pak až do roku 2012 mírně

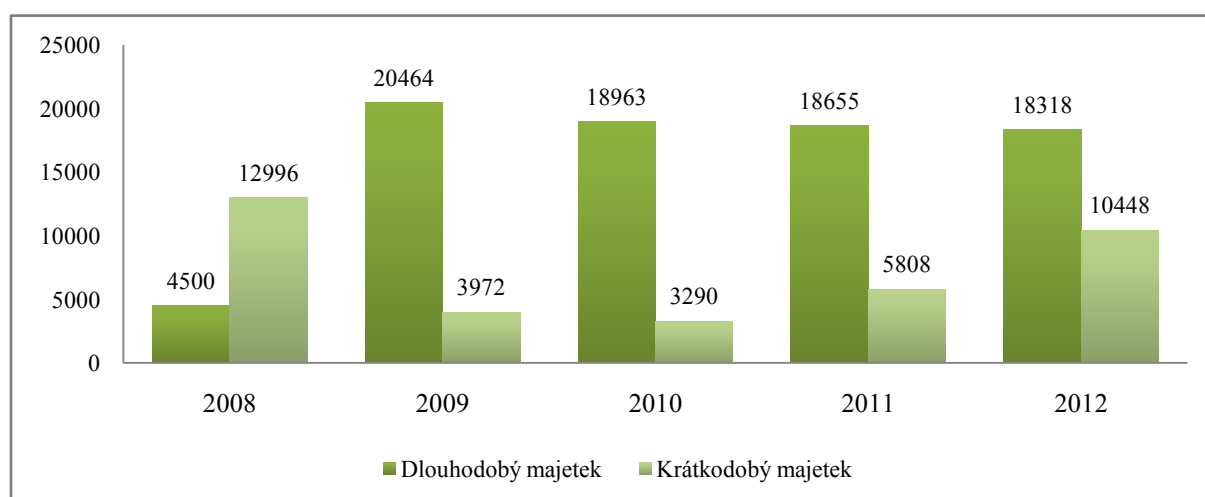
---

<sup>81</sup> RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. *Finanční management*. 2012, s. 83-88.

<sup>82</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Finanční řád ČLnK*. [online].

klesající tendenci stejně jako DHM, který tvoří jejich podstatnou součást. DNM nemá vzhledem ke svým nízkým hodnotám významný vliv na skladbu stálých aktiv, stejně jako DFM, který vykazuje konstantní hodnotu sto tisíc Kč. Tato hodnota vypovídá o výši majetkové účasti ČLnK v Lékárnické akademii, což je společnost s ručením omezeným, ve které je komora jediným společníkem. Naopak krátkodobý majetek po výrazném poklesu v roce 2009 a po dalším 17 % snížení v roce následujícím od roku 2011 narůstal a v roce 2012 dosáhl 80 % hodnoty, kterou vykazoval před nákupem nemovitosti, která v absolutním vyjádření činí bezmála 10,5 mil. Kč. Ani tento zřejmý nárůst krátkodobého majetku způsobený převážně zvýšením peněžních prostředků uložených na bankovních účtech však nepřinesl nový obrat ve složení majetkové struktury ČLnK, kde i nadále přes nepatrný pokles v čase převládá dlouhodobý majetek. Toto demonstruje Graf 3.1.

**Graf 3.1 Vývoj majetkové struktury ČLnK v letech 2008 až 2012 (v tis. Kč)**

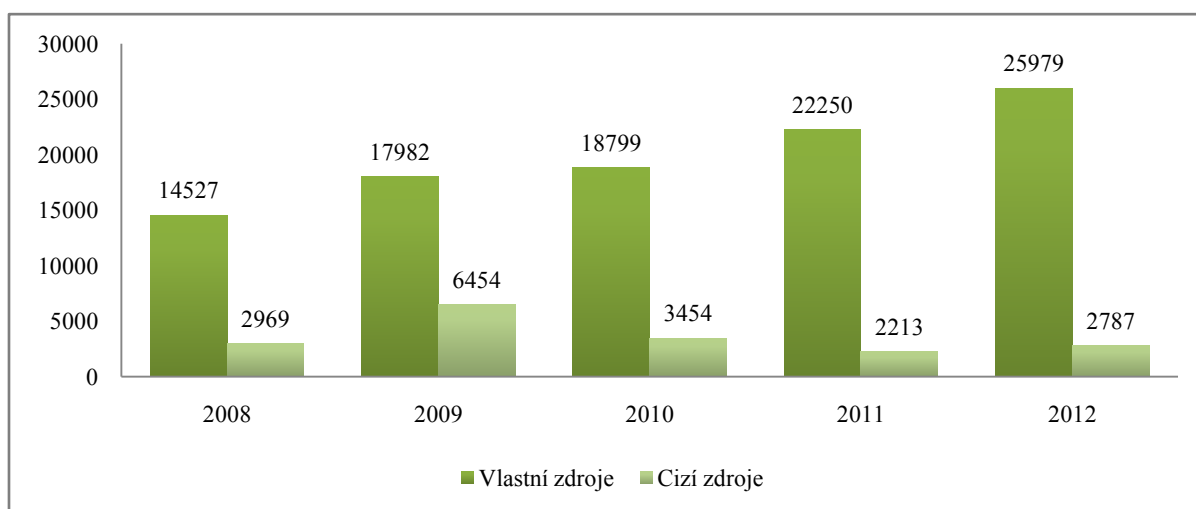


Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

Horizontální analýza na straně pasiv poukázala na skutečnost, že položka vlastního kapitálu ve sledovaném období absolutně roste, což při neměnné výši vlastního jmění od roku 2008 do roku 2011 značí, že ČLnK je neustále zisková. Tento trend přetrval i do roku 2012, kdy došlo k výraznému navýšení vlastního kapitálu o více než 2 000 % díky převodu finančních prostředků z nerozděleného zisku minulých let, který měl v předešlém období rostoucí charakter. V návaznosti na tento fakt se snížil výsledek hospodaření téměř o 70 % a celkové jmění vzrostlo o více než 860 %, avšak v celkovém objemu vlastních zdrojů toto vyvolalo v procentním vyjádření oproti roku 2011 „jen“ nepatrný nárůst (16,76 %), který v penězích čítal bezmála 3,75 milionu Kč. Vývoj bilanční sumy pasiv byl v analyzovaném období spíše prorůstový. Nejmarkantnější vzestup nastal v roce 2009 (39,67 %) a byl způsoben nárůstem

v oblasti cizích zdrojů, kdy vzrostly krátkodobé závazky téměř o 205 % díky bankovnímu úvěru ve výši 2 mil. Kč a finanční výpomoci v hodnotě 3 mil. Kč, které byly přijaty již na zmíněné pořízení vlastní nemovitosti. Naproti tomu hned v roce následujícím došlo k poklesu celkových pasiv téměř o 9 % a to hlavně z důvodu úplného splacení těchto půjčených finančních prostředků. Významný vliv na tento pokles měl v roce 2010 také dosažený hospodářský výsledek, který klesl o více než 77 % a dosáhl nejnižší hodnoty ve sledovaném časovém horizontu, která v absolutním vyjádření činí 760 tis. Kč. V kontextu peněžního vyjádření těchto položek měly na snížení celkových pasiv pouze nepatrný vliv změny závazků vůči dodavatelům a ostatní závazky vůči zaměstnancům, u kterých došlo také k poklesu, avšak pouze v řádu tisíců Kč. Z hlediska struktury cizích zdrojů tvoří nejvýznamnější část krátkodobé závazky. Zajímavostí je, že komora nevykazuje žádné dlouhodobé závazky, což jsou například dlouhodobé bankovní úvěry splatné déle než jeden rok a to vypovídá o její finanční stabilitě a samostatnosti. Také to ukazuje na skutečnost, že ve finanční struktuře mají podstatné zastoupení vlastní zdroje, jejichž podíl se stále zvyšuje. Například v roce 2012 tento podíl představoval více než 90 % veškerého kapitálu. Toto je patrné z vývoje finanční struktury ČLnK, kterou znázorňuje Graf 3.2. Samozřejmostí při sestavování rozvahy ve všech sledovaných letech byla platnost bilanční rovnice, vždy došlo k rovnosti mezi sumou aktiv a sumou pasiv.

**Graf 3.2 Vývoj finanční struktury ČLnK v letech 2008 až 2012 (v tis. Kč)**

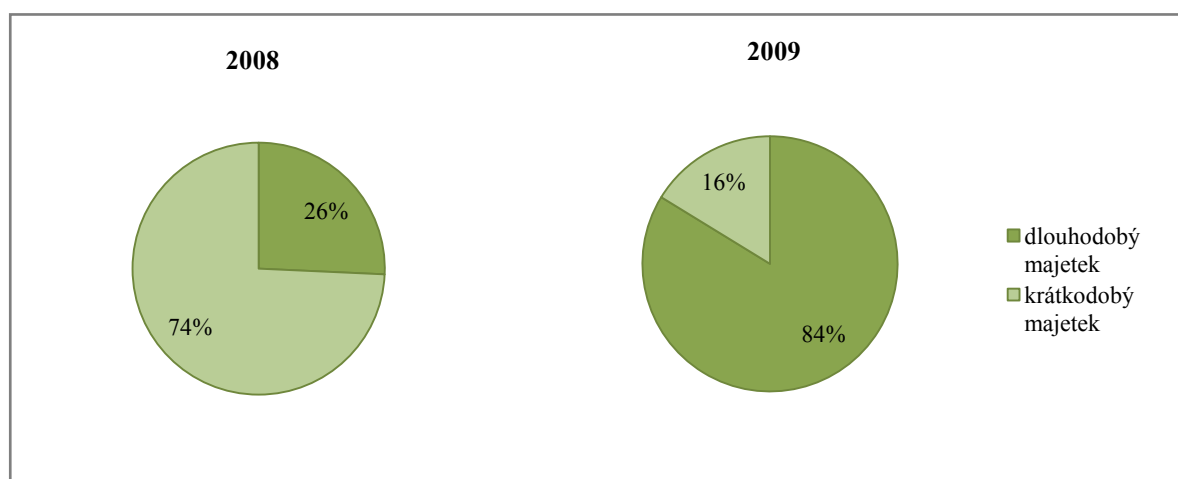


Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

Rozvaha byla podrobena také **vertikální analýze** (viz Příloha č. 4), která zkoumá podíl jednotlivých položek na celkové sumě. Majetkové položky rozvahy jsou porovnávány

s bilanční sumou aktiv a zdroje krytí jsou hodnoceny ve vztahu k bilanční sumě pasiv. Při pohledu na vývoj majetkové struktury rozvahy v čase nelze přehlédnout významnou změnu v roce 2009 oproti roku předchozímu, která vyplynula i z analýzy trendů. Snížil se značně podíl oběžných aktiv na bilanční sumě (z 74% na 16%), tohoto podílu bylo dosaženo výrazným poklesem podpoložky „bankovní účty“ (z 69 % na 8 %). Ani toto markantní snížení neohrozilo výsostné postavení podpoložky „bankovní účty“, která ve všech sledovaných letech vykazovala největší a od roku 2011 rapidně vzrůstající podíl na oběžných aktivech. Největší zastoupení má i ve skladbě KFM, kde podpoložky „pokladna“, „ceniny“ a „depozitní směnky“ zaujímají, ve srovnání s ní, mizivé nebo dokonce nulové postavení. Další podstatnou součástí oběžného majetku jsou „pohledávky“, jejichž vývoj v čase kolísá. Nejvyšší podíl byl zaznamenán v roce 2009 (6,89 %) a nejnižší v roce 2011 (2,66 %). Mizivý podíl jak na krátkodobém majetku, tak i na celkovém součtu majetku mají „jiná aktiva“, průměrně jen 0,39 %. Poslední položkou patřící mezi oběžná aktiva jsou „zásoby“, které až do roku 2007 sloužily k zaúčtování skript. V analyzovaném období však nevykazují žádnou hodnotu, tudíž nemají žádný vliv ani na pokles podílu krátkodobého majetku v roce 2009, který nutně způsobil nárůst podílu dlouhodobého majetku o 58 procentních bodů viz Graf 3.3.

**Graf 3.3 Majetková struktura v r. 2008 a v r. 2009 (v %)**



Zdroj: Výroční zprávy ČLnK z r. 2008 a z r. 2009. Vlastní zpracování.

Od této podstatné změny mají stálá aktiva dominantní pozici také v dalších sledovaných letech, i přes klesající podíl v čase činí od roku 2009 jejich průměrný podíl na bilanční sumě aktiv 77,23 %. Při podrobnějším zaměření na dlouhodobý majetek lze zjistit, že na celkovém nárůstu podílu této položky se nejvýznamněji podílí DHM, konkrétně podpoložky „stavby“ a „pozemky“. Podíl podpoložky „stavby“ se zvýšil o více než 41 procentních bodů a podíl

podpoložky „pozemky“ byl v roce 2008 nulový a v následujících čtyřech letech činí průměrně téměř 20 % bilanční sumy aktiv. „Samostatné movité věci“ (dále SMV) zahrnující např. přístroje, zařízení, dopravní prostředky a ostatní inventář používaný komorou tvoří na první pohled také nezanedbatelnou část stálých aktiv, ale s přihlédnutím k opravkám náležejícím právě SMV je výsledný efekt opačný, jelikož se jedná o tzv. korekční účet aktiv neboli „záporné“ aktivum. Podobně tomu je i u položky „DDHM“ – Drobný dlouhodobý hmotný majetek, jejíž podíl na celkových aktivech je s ohledem na její opravy ve všech analyzovaných letech nulový. Zatím nezmiňované „opravy ke stavbám“ nemají takový vliv na položku, k níž se vztahují, jako již zmiňované úhrny odpisů, což potvrzuje fakt, že „stavby“, jež mají největší podíl na DHM napříč celým sledovaným obdobím, mají nejdelší dobu odepisování. S touto položkou souvisí i „nedokončený DHM“, jehož podíl na majetkové struktuře komory byl v letech 2008, 2009 a 2012 nulový, avšak vlivem rekonstrukce neboli technického zhodnocení budovy nového sídla ČLnK zaznamenal v roce 2010 a 2011 více než 9 % podíl na celkovém úhrnu aktiv. Podíl DNM a stejně tak i DFM je, vzhledem ke svým nízkým hodnotám, zanedbatelný.

Co se týče strany pasiv, tak i zde vertikální analýza reflektuje závěry z analýzy horizontální. V analyzovaném období převládá podíl vlastních zdrojů na celkovém součtu zdrojů krytí, jehož průměr činí skoro 85 %. V období 2008 až 2011 položka „jmění“ vykazuje průměrný podíl 8,48 % a položka „výsledek hospodaření“ zabírá výrazně větší podíl, průměrně 74,53 %. Obrat nastal v roce 2012, kdy došlo na základě rozhodnutí představenstva komory k převodu peněžních prostředků z nerozděleného zisku ve prospěch podpoložky „vlastní jmění“, jejíž podíl tímto vzrostl oproti roku předchozímu o více než 61 procentních bodů, čímž se stalo „vlastní jmění“ dominantní částí položky „jmění“. Druhou část tvoří podpoložka „fondy“, jejíž podíl na bilanční sumě pasiv osciluje v rozmezí 3,64 % až 4,88 %. V případě ČLnK se jedná o sociální fond, se kterým hospodaří představenstvo komory a který je tvořen výnosy z peněžitých pokut, úroky z jmění fondu, účelově určenými dary, přiděly z nerozděleného zisku a dalšími přiděly stanovenými v rámci rozpočtu komory. Sociální fond je využíván komorou k jednorázové sociální podpoře členů a jejich rodinných příslušníků, k poskytnutí příspěvku na právní pomoc ve sporu spojeném s výkonem povolání, k návratným půjčkám pro řešení přechodné tíživé rodinné situace a k dalším sociálním účelům.<sup>83</sup> V posledních letech byly poskytnuty např. finanční příspěvky na podporu studentským organizacím, na kongres FIP (Mezinárodní farmaceutické federace) Amsterdam,

---

<sup>83</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Finanční řád ČLnK*. [online].



na účastnický poplatek Konference mladých lékárníků nebo k sociální podpoře členů zasažených povodněmi v severních Čechách ve městě Raspenava. V oblasti cizích zdrojů jsou nejvlivnější položkou krátkodobé závazky, které zaznamenaly v roce 2009 největší podíl (25,11 %) na úhrnu pasiv. Důvodem byla změna podílu z nuly na 8,18 % u podpoložky „krátkodobé bankovní úvěry“ a také více než 12 % změna podílu u podpoložky „ostatní krátkodobé finanční výpomoci“. Procentní podíl na vztažné veličině se u ostatních podpoložek krátkodobých závazků vyvíjel kolísavě. „Jiná pasiva“ představují druhou část cizích zdrojů, jejich největší podíl byl zachycen v roce 2008 (5,45 %). V následujícím období nastal spíše klesající trend, který měl za následek téměř zanedbatelný výsledek v roce 2012, který ukázal jen 0,15 % podíl na bilanční sumě pasiv.

### 3.2.1.2 Analýza nákladů a výnosů

Předchozí text naznačil hospodaření komory s jejím majetkem. Následující část práce poskytne obraz o jejím finančním hospodaření, které se opírá o každoročně schvalovaný rozpočet nákladů a výnosů a odráží se v majetkové a finanční struktuře, neboť:

- **Náklady** představují vstupy do hospodaření účetní jednotky, které snižují výsledek hospodaření a tím i vlastní kapitál, a to snížením aktiv a zvýšením závazků.
- **Výnosy** jsou naopak výstupy z hospodářské činnosti účetní jednotky, které zvyšují hospodářský výsledek a tím i vlastní kapitál, a to zvýšením aktiv a snížením závazků.<sup>84</sup>

Podle § 4 finančního řádu ČLnK má být příjmová (výnosy) a výdajová (náklady) část rozpočtu vyrovnaná,<sup>85</sup> tuto rovnost ukazuje graf v Příloze č. 5. Graf zachycuje také skutečné plnění rozpočtu, které bude předmětem rozboru v následujícím textu. Ve všech sledovaných letech vyjma roku 2010 bylo dosaženo nižších nákladů než dovozoval rozpočet a naopak dosažené výnosy převyšovaly plánovanou hodnotu. Přehled hospodaření ČLnK ukazuje tabulka v Příloze č. 6.

---

<sup>84</sup> ŠTEKER, Karel a Milana OTRUSINOVÁ. *Jak číst účetní výkazy: Základy českého účetnictví a výkaznictví*. Praha: Grada, 2013. 264 s. ISBN 978-80-247-4702-6. s. 205.

<sup>85</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Finanční řád ČLnK*. [online].

## Výnosy

ČLnK vykazuje ve svém rozpočtu tyto výnosy:

- *Členské příspěvky řádné a registrace.*
- *Členské příspěvky redukované.*
- *Úroky z bankovních vkladů.*
- *Tržby z vlastní činnosti* - jedná se o tržby z prodeje služeb (převážně příjmy z hospodářské činnosti ČLnK) a jiné ostatní výnosy.
- *Ostatní výnosy* – do této položky řadí komora přijaté pokuty a penále, zúčtování sociálního fondu a jiné ostatní výnosy nebo tržby z prodeje dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku.
- *Výnosy ze spolupráce* – jde o výnosy plynoucí z příspěvků poskytnutých na vzdělávací akce pro lékárníky, např. na Beskydský slet lékárníků.
- *Provozní dotace* – projekt EU.
- *Převod od ČČL* – patří sem výnosy z Časopisu českých lékárníků, který vydává dceřiná společnost ČLnK, převod se projeví jako výnos z DFM, tedy z majetkové účasti v Lékařnické akademii s. r. o.

Největší část výnosů ČLnK tvoří její vlastní finanční příjmy, které definuje finanční řád ČLnK v § 3 jako **registrační poplatky a administrativní poplatky, členské příspěvky řádné a příspěvky mimořádné, účelové příspěvky** (dotace, dary) **a mimořádné příjmy** (pokuty), tyto prostředky jsou odváděny na účet vedený sekretariátem komory. Příjmy z řádných členských příspěvků se dělí mezi okresní sdružení lékárníků a komoru. Způsob jejich rozdělení a pravidla hospodaření s nimi stanoví sjezd delegátů usnesením.<sup>86</sup>

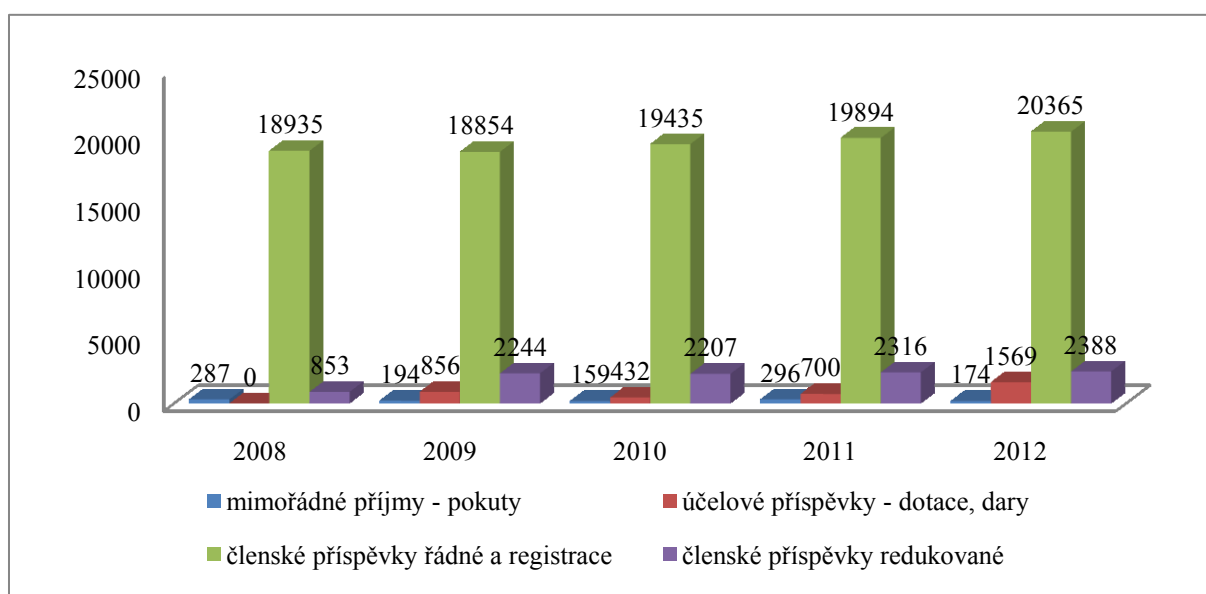
*Členský příspěvek řádný* pro rok 2014 činí 3 tis. Kč a rozumí se jím příspěvek, který platí všichni členové ČLnK, kromě členů majících nárok platit členský příspěvek redukováný. *Členský příspěvek redukováný* ve výši 1,5 tis. Kč jsou oprávněni za určitých podmínek platit ženy (muži) na mateřské a rodičovské dovolené, nepracující důchodci, absolventi při vstupu do ČLnK v kalendářním roce ukončení studia a studenti doktorského studia v prezenční formě na fakultách ČR. Při vstupu do ČLnK je nutné uhradit *registrační poplatek* nového člena ve výši 200 Kč.<sup>87</sup> Pokuty za pochybení členům komory uděluje Čestná rada ČLnK podle vnitřních předpisů komory, řádově od 3 tis. Kč do 30 tis. Kč. Čestná rada udělí pokutu v případě, že lékárník vykonává své povolání bez členství v ČLnK, za provoz lékárny bez

<sup>86</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Finanční řád ČLnK*.

<sup>87</sup> INTERNÍ MATERIÁLY České lékařnické komory

platného Osvědčení ČLnK, za dodání léčiv do ordinace lékaře (tzv. batůžkaření) a za další přestupky proti řádům komory. V případě závažného porušení stavovských předpisů může dojít až k vyloučení člena z Komory. Finanční částka vybraná na pokutách případně do sociálního fondu ČLnK a v rozpočtu figuruje v položce „ostatní výnosy“. Pokud jde o účelové příspěvky, v případě sledovaného období se jedná o *provozní dotaci* na projekt – **Rozvoj manažerských kompetencí pracovníků lékáren**, který je spolufinancován Evropskou unií a je zařazen do operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Realizace projektu, která byla zahájena 15. 10. 2009 a ukončena k 30. 9. 2012, probíhala v několika fázích stejně jako čerpání finančních prostředků k tomu určených. Podíl vlastních finančních prostředků na výnosech v jednotlivých letech ukazuje Graf 3.4, kde je vidět jasná převaha členských příspěvků, což je hlavní zdroj příjmů v případě profesních komor s povinným členstvím.

**Graf 3.4 Vlastní finanční příjmy ČLnK v letech 2008 až 2012 (v tis. Kč)**



Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

## Náklady

ČLnK vykazuje ve svém rozpočtu tyto náklady:

- *Mzdy, zákonné sociální pojištění a ostatní sociální náklady* – představují osobní náklady na 4 zaměstnance komory pracující na sekretariátu ČLnK na plný úvazek.
- *Dohody a honoráře* – jedná se o dohody o provedení práce za příslušný honorář, např. se studentem farmacie za účelem provedení průzkumu k danému projektu. Honoráře jsou vypláceny také odborníkům za přednáškovou činnost na akcích konaných ČLnK.

- *Náhrady za ztrátu času* – jsou náklady za promeškaný čas a vyplácejí se členům představenstva, čestné rady a revizní komise jen na centrální úrovni, a to ve výši schválené sjezdem delegátů.
- *Cestovné* – představuje cestovní náhrady za vnitrostátní i zahraniční služební cesty, které se vyplácejí podle vnitřní směrnice o cestovních náhradách vydané představenstvem komory.
- *Materiál, odpisy* – v této položce uvádí komora náklady na spotřebovaný materiál, odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku a zůstatkovou cenu za prodej tohoto majetku.
- *Služby* – vynakládané finanční prostředky na opravy a udržování hmotného a nehmotného majetku (stavby, osobní automobily, kancelářská technika, bílá technika aj.), dále na ostatní služby jako právní a ekonomické poradenství, služby daňového auditora, správa webových stránek, internetové připojení, telefonní poplatky, odvoz odpadů atd.
- *Rozvojové projekty* – služby spojené s realizací projektů ČLnK, např. Lékárnice jsou také maminky, projekt EbP, Antibiotický týden v prostředí lékáren nebo Den lékáren.
- *Platby za ČČL* – příspěvky na Časopis českých lékárníků poskytované Lékárnické akademii s. r. o., do jejíž kompetence spadá redakce ČČL.
- *Nájemné, energie* – platby za nájemné a spotřebu energií.
- *Public relations* – služby spojené s mediálními aktivitami ČLnK, (např. vydávání tiskových zpráv, pořádání tiskových konferencí), také tvorba pozvánek, plakátů atd.
- *Náklady na reprezentaci* – představují daňově neúčinné náklady na pohoštění a občerstvení při určitých příležitostech (např. pořádání plesu nebo sjezd delegátů).
- *Ostatní náklady* – mezi ostatní náklady řadí ČLnK odpis nedobytné pohledávky, kurzové ztráty, dary, smluvní pokuty a úroky z prodlení, ostatní pokuty a penále, úroky a jiné bankovní poplatky a jiné ostatní náklady (pojištění budov, zákonné a havarijní pojištění vozů, manka a škody atd.), dále také příspěvky poskytnuté členům komory, daně a poplatky (silniční daň, daň z nemovitosti).
- *Projekt EU* – veškeré náklady na realizaci vzdělávacího projektu pro lékárníky Rozvoj manažerských kompetencí pracovníků lékáren (náklady za výukový den včetně pronájmu učeben, náklady za hodnocení testu, náklady na vývoj studijních materiálů a náklady na zahajovací workshop).

**Z horizontální analýzy** výnosů a nákladů (viz Příloha č. 7) je evidentní, že celkové výnosy i celkové náklady zaznamenaly v čase spíše kolísavý vývoj. Tento trend koresponduje s výsledkem hospodaření, který vykazoval stejnou vývojovou tendenci. Nejnižšího výsledku hospodaření (760 tis. Kč) bylo paradoxně dosaženo v roce 2010, kdy celkové výnosy zaznamenaly nejvyšší hodnotu za sledované období. Zároveň však rapidně oproti roku 2009 vzrostly i celkové náklady (relativně o 51,45 %), tento nárůst (absolutně téměř o 10 mil. Kč) byl převážně způsoben zvýšením položky „materiál, odpisy“ bezmála o 237 % z důvodu zúčtování zůstatkové ceny při prodeji dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku do nákladů. Tržby z tohoto prodeje majetku pak byly příčinou největšího meziročního nárůstu za analyzované období, způsobily zvýšení položky „ostatní výnosy“ o více než 1 107 %. Další položkou, která výrazně ovlivnila celkové náklady, je položka „ostatní náklady“, která meziročně vzrostla o 227,37 %, v absolutním vyjádření pak o více než 4,3 mil. Kč. Toto razantní zvýšení ostatních nákladů způsobila úhrada smluvních pokut a úroků z prodlení. Kompenzací byl převod od ČČL, který nezpůsobil na straně výnosů žádnou relativní změnu, v absolutním vyjádření však čítal něco přes 3 mil. Kč. Nepatrný vzestup zaznamenala i výnosová položka „členské příspěvky řádné a registrace“, a to více než tříprocentní, zbývající výnosové položky vykázaly v roce 2010 pokles. Nejmarkantnější snížení je patrné u položky „úroky z bankovních účtů“, která klesla o 97,06 %, pravděpodobně v důsledku čerpání bankovních prostředků z důvodu koupě a následné rekonstrukce budovy nového sídla. Do nových prostor se ČLnK přestěhovala k 1. 4. 2010 a tudíž vypověděla smlouvu s pronajímatelem stávajících prostor, což se projevilo v nákladové položce „nájemné, energie“ poklesem o 58,25 %, který absolutně činí více než 1 mil. Kč. Klesající trend u nákladů na nájem a energie pokračoval i v následujících letech, i když nebyl už tak markantní. Rok 2012 přinesl nejvyšší výsledek hospodaření v analyzovaném období, který oproti roku předchozímu vzrostl o 479 tis. Kč, relativně o 14,90 %. V témže roce se navýšily celkové náklady o 420 tis. Kč a celkové výnosy o 4,83 %, což absolutně činí bez 23 tis. Kč 1,2 mil. Kč. Mohlo by se zdát, že největší zásluhu na tom mají „úroky z bankovních vkladů“, které vzrostly o 1 875 %, avšak v peněžním vyjádření jde pouze o 75 tis. Kč. Opravdový vliv měl nárůst položky „řádné členské příspěvky a registrace“ o 471 tis. Kč (relativně o 2,37 %), která od roku 2010 neustále roste. Ještě větší vliv však mělo čerpání dotace z EU, které probíhá postupně od roku 2009, avšak dochází k postupnému nulování tohoto výnosu na straně nákladů. Za rok 2012 bylo na nákladové straně zaznamenáno několik poklesů, které měly co do činění s dosaženým výsledkem hospodaření. V relativním vyjádření byl zaznamenán nejvýraznější úbytek u položky „public relations“, a to téměř o 60 %, náklady na vztahy s veřejností klesly oproti

roku 2008 o více než milión korun. V absolutním vyjádření bylo nejvýraznějšího snížení dosaženo u položek „ostatní náklady“ (o 505 tis. Kč), „služby“ (o 460 tis. Kč) a u položky „mzdy a zákonné sociální pojištění a ostatní sociální náklady“, která se snížila o 336 tis. Kč také v důsledku snížení počtu zaměstnanců ČLnK z pěti na čtyři.

Ve **vertikální analýze** nákladů a výnosů (viz Příloha č. 8) se opět zrcadlí závěry zjištěné z analýzy trendů. Jedná se o procentní rozbor jednotlivých výnosových položek k celkovým výnosům. V případě nákladových položek byly jako vztažná veličina pro rozbor použity celkové náklady. Ve sledovaném období mají na celkových nákladech téměř stabilní podíl mzdy a náklady s nimi spojené, jejich podíl osciluje od 14,63 % až do 17,75 %, jen v roce 2010 klesl jejich podíl na 11,57 % a to vlivem okolností, které vyplynuly z horizontální analýzy. Z tohoto důvodu zaznamenaly v roce 2010 nižší podíl i další nákladové položky tvořící stabilní část rozpočtu. Jednou z nich jsou „náhrady za ztrátu času“, které sice oproti předchozímu roku v roce 2010 vzrostly o 712 tis. Kč, avšak jejich podíl klesl z 10,59 % na 9,45%. Největšího podílu dosáhly v roce 2012 (18,46 %), kdy tvořily třetí největší část celkových nákladů. Nepatrně větší díl na sumě nákladů v témže roce měly „služby“, které oproti roku 2009 klesly o 2,64 procentního bodu, průměrně však činily v analyzovaných letech více než 19 %. Nejmarkantnější podíl na všech nákladech měly v roce 2012 „platby za ČČL“, podíl čítal 19,53 % a byl největší za sledované období. Na sumě výnosů mají ve všech analyzovaných letech jednoznačnou převahu „členské příspěvky řádné a registrace“. Největšího podílu dosáhly v roce 2008 (87,69 %) a nejnižšího pak o dva roky později (65,42 %) v důsledku více než devítinásobného zvýšení podílu „ostatních výnosů“, do kterých se výrazně promítl mimořádný prodej dlouhodobého majetku. Druhou stálou položkou na celkových výnosech jsou „členské příspěvky redukované“, jejichž podíl vzrostl v roce 2009 oproti roku předchozímu o 5,67 procentního bodu a podílel se téměř 10 % na sumě výnosů, stejně jako v letech 2011 a 2012.

### **3.3 Public relations České lékárnické komory**

V teoretické části práce, konkrétně v kapitole 2.2 je uvedeno šest okruhů shrnujících aktivity v rámci public relations. Výstupy činností ČLnK v rámci PR aktivit lze najít ve všech uvedených oblastech.

První oblastí je **posilování firemní kultury a image organizace**. Kultura této stavovské organizace úzce souvisí s jejím posláním, pro něž je dobrá image nezbytná. Pro komoru je důležitá nejen loajalita členů k organizaci, ale také jejich vystupování na veřejnosti.

Veřejné vystupování, stejně jako chování a jednání lékárníků při výkonu lékárnické profese upravuje ve svých osmnácti bodech etický kodex, který je pro všechny členy závazný a jeho porušení může být disciplinárně trestáno. V rámci vnitřní firemní kultury je nezbytné chovat se kolegiálně a respektovat orgány stavovské samosprávy a jejich rozhodnutí.<sup>88</sup> K posilování firemní kultury přispívá každoročně konaný Sjezd delegátů ČLnK. Jedná se o největší stavovskou událost, kde jsou na programu tradiční profesní záležitosti nebo volba nových představitelů. Další událostí, které se může zúčastnit každý člen ČLnK, je Lékárnický sněm, ten bývá svoláván mimořádně, pokud je potřeba prodiskutovat aktuální dění v lékárenství a navrhnout případná opatření. K hojně navštěvované události patří bezpochyby Lékárnický ples nebo odborná akce Konference mladých lékárníků, která v roce 2013 přinesla i zábavné zpestření v podobě improvizčního divadelního představení skupiny Kapor na scéně. Mimo vnějších a vnitřních pozitivních vztahů je pro celkový charakter organizace důležité její vizuální ztvárnění. Svou identitu prezentuje ČLnK prostřednictvím lékárenského znaku (viz Příloha č. 9), který slouží i pro jednotné označování lékáren. Tvůrcem znaku, který je chráněn autorským zákonem, je Ing. arch. Michal Flašar, CSc. Používání lékárenského znaku se řídí zásadami, které byly schváleny v roce 1993 na III. sjezdu delegátů ČLnK. V podstatě je možné využít znak pro potřeby ČLnK, Lékárnické akademie a Časopisu českých lékárníků. Provozovatelé lékáren mohou znak používat jak k označení lékárny (znak musí být vyroben pouze oprávněným výrobcem lékárenských křížů), tak i na drobných propagačních předmětech jednotlivých lékáren (vizitky, tašky, tužky), což je jediná reklama, pro kterou je použití znaku v lékárnách dovoleno. Lékárenský znak může být využíván k jiným účelům jen po schválení ČLnK a následném uzavření smlouvy s autorem díla.<sup>89</sup>

Pro informovanost vnitřní i vnější veřejnosti je nezbytný **provoz webových stránek**. Ani v této oblasti nezůstává ČLnK pozadu, její oficiální stránky lze shlédnout na adrese [www.lekarnici.cz](http://www.lekarnici.cz). Stránky jsou rozděleny do dvou částí, první je volně přístupná všem návštěvníkům webu, druhá je určena pouze registrovaným členům ČLnK. Po provedení registrace je přístup do autorizované části www stránek možný jen po přihlášení pomocí uživatelského jména a hesla. Webové stránky ČLnK jsou přehledně rozděleny do několika tematických sekcí, pod nimiž se nacházejí ještě podsekce. Na své úvodní stránce přinášejí aktuální informace z oblasti lékárenství spolu s odkazy na probíhající projekty, které jsou určené jak pro širokou veřejnost, tak i pro zdravotníky. V sekci „O ČLnK“ jsou uvedeny základní informace o činnosti komory, jako jsou priority ČLnK pro období 2014 -2017 (viz

<sup>88</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Etický kodex ČLnK*. [online].

<sup>89</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Lékárenský znak*. [online].

Příloha č. 10), profesní předpisy, přehled představitelů, výroční zprávy, usnesení sjezdů a další. Pořadatelé vzdělávacích akcí pro lékárníky zde naleznou potřebné formuláře a v neposlední řadě je zde uveden ceník pro inzerci v Časopisu českých lékárníků a ceník služeb poskytovaných ČLnK. Část určená „Pro veřejnost“ skýtá informace o odborném poradenství v lékárnách, přináší doporučené postupy pro určité situace, které mohou nastat při kontaktu pacienta s lékárníkem a je zde uložena databáze lékáren a lékárníků. Novinky z oblasti vzdělávání pro farmaceutické asistenty jsou dostupné pouze v autorizované části webu. Z pohledu PR nelze vynechat sekci „Média“, která sdružuje tiskové zprávy ČLnK a odkazy na články či reportáže v médiích související s komorou. Po kliknutí na „Fotogalerii“ si lze prohlédnout podobenky jednotlivých představitelů komory, snímky z akcí pořádaných komorou nebo třeba fotografie sídla komory. E-maily na jednotlivé členy představenstva ČLnK jsou zveřejněny v sekci „Kontakty“ spolu se spojením na sekretariát, revizní komisi ČLnK, čestnou radu ČLnK, okresní sdružení lékárníků a na Lékárnickou akademii. Je zde také náhled mapy s adresou sídla ČLnK nebo odkaz k vyhledání spojení do místa určení. Stránky jsou pravidelně archivovány Národní knihovnou ČR, jsou součástí kolekce českých webových stránek uchovávaných pro budoucí generace pro svou kulturní, vzdělávací, vědeckou, výzkumnou a jinou informační hodnotu.<sup>90</sup>

Značku, dobré jméno a image neziskové organizace ovlivňuje také **vydávání tištěných materiálů**. Mezi tiskoviny, které vydává ČLnK patří již zmíněné tiskové zprávy nebo usnesení sjezdu, které jsou stejně jako osobní nebo otevřené dopisy uvedeny na hlavičkovém papíře, který je důležitým a silným nástrojem v budování firemní image. V záhlaví je uveden lékárenský znak s názvem stavovské organizace, kontaktní a identifikační údaje, to vše v zeleném provedení. V zápatí je pak čtverečkový motiv přecházející z odstínů zelené do odstínů žluté. V případě tiskové zprávy (viz Příloha č. 11) je v zápatí uveden ještě odkaz na webové stránky a slogan „*Váš lékárník – rádce ve zdraví i nemoci*“. Na sladění s firemním designem je dbáno také u ostatních vydávaných tiskovin, tedy i u vizitek, výročních zpráv nebo třeba pozvánek na Lékárnický ples (viz Příloha č. 12) a na další tradiční akce pořádané komorou (např. Den lékáren). Právě u příležitosti Dne lékáren vyšlo 19. 6. 2012 první číslo newsletteru České lékárnické komory s názvem *Lékárnické kapky*. Jde o nepravidelný občasník pro média, v němž ČLnK přináší nové informace z dění v komoře, své reakce na aktuální události i informace o některých aktivitách jejích členů. Newsletter

---

<sup>90</sup> WEBARCHIB. *Certifikát*. [online].



přináší nejaktuálnější informace v rozsahu větším, než běžná tisková zpráva.<sup>91</sup> Neméně významným informačním médiem je pro samotné lékárníky Časopis českých lékárníků. Tento měsíčník stavovské lékárnické komory slouží zároveň i jako tribuna pro všechny lékárníky, kteří mají kolegům co sdělit. První číslo Časopisu českého lékárnictva bylo vydáno 1. 4. 1882, šlo o úplně první česky psaný farmaceutický list, který vycházel až do roku 1950. Znovu začal vycházet až v roce 1992. Vydavatelem je Lékárnická akademie, s.r.o. a v redakci časopisu pracují dva lidé, kteří mají na starosti obsah i grafickou podobu a veškerou administrativu s tím spojenou stejně jako inzerci. Čtenáři časopisu jsou rovněž lékaři a veterináři, střední a vysoké školy se zdravotnickým zaměřením, distributoři léčiv, zdravotní pojišťovny a odborné knihovny.<sup>92</sup>

Ke zviditelnění organizace na veřejnosti, stejně jako k posilování její firemní kultury se organizují různé veřejné a odborné akce. **Pořádání akcí** je další oblastí PR aktivit, ve které se ČLnK angažuje. V rámci celoživotního vzdělávání lékárníků, jež je v kompetenci Lékárnické akademie, jsou za garance ČLnK pořádány odborné akce jako Konference mladých lékárníků, Interaktivní disperzační semináře, další vzdělávací akce zaměřené na aktuální legislativu, semináře na zlepšení komunikačních dovedností a jiné konference a workshopy týkající se lékařské problematiky.<sup>93</sup> Veřejnou akcí s největší tradicí je bezesporu „Den lékáren“ konaný každoročně a věnovaný vždy tématu blízkému lékařské praxi. V roce 2013 se konal již patnáctý ročník s názvem *Dovolená a ochrana před slunečním zářením*, který byl věnován především rizikům spojeným s opalováním a pobytem na slunci.<sup>94</sup> Další aktivitou ČLnK, zaměřenou na laickou i odbornou veřejnost, která navazuje na Evropský antibiotický den pořádaný již od roku 2008, je „Antibiotický týden v prostředí lékáren“. Komora se do jeho organizace, spolu s dalšími významnými organizacemi a odborníky, aktivně zapojila v roce 2011. Cílem je zvýšit povědomí pacientů o správném užívání antibiotik. V rámci této akce jsou pacienti v lékárnách požádáni o vyplnění krátkých dotazníků, díky nimž je možné realizovat další mediální kampaně a zvýšit tak informovanost v této oblasti. U příležitosti oslav 20 let České lékárnické komory vznikl projekt „Lékárnice jsou také maminky“, který si klade za cíl poskytovat odborné poradenství v oblasti léků, samoléčby a prevence některých onemocnění v rámci celonárodní informační kampaně.<sup>95</sup>

---

<sup>91</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Nové informační médium České lékárnické komory – Lékárnické kapky*. [online].

<sup>92</sup> APATYKÁŘ. *Otázka pro: Mgr. Jaroslavu Hořanskou – šéfredaktorku ČČL*. [online].

<sup>93</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Výroční zpráva za rok 2012*. [online].

<sup>94</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Den lékáren 2013 – Dovolená a ochrana před slunečním zářením*. [online].

<sup>95</sup> MLADÍ LÉKÁRNÍCI. *Lékárnice jsou také maminky*. [online].

Mezi hlavní aktivity tohoto projektu patří tematicky zaměřený web *www.lekarnice-maminky.cz* a také přednášková a charitativní činnost. V roce 2012 se do projektu aktivně zapojilo 54 reprezentantek lékárnického stavu z 50 lékáren z celé ČR, proběhlo celkem 8 přednášek v mateřských centrech, mateřských a základních školách. V rámci charitativní činnosti byla část výtěžku z II. Lékárnického plesu předána azylového domu JONÁŠ na nákup didaktických a sportovních pomůcek pro děti. Veškeré aktivity projektu jsou realizované tak, aby dělaly čest hlavnímu mottu: „*Jsem hrdá na své povolání a poradím stejně dobře v bílém plášti i bez něj.*“<sup>96</sup> Tato iniciativa připravená za podpory a odborné garance ČLnK je dobrou příležitostí, jak veřejnosti ukázat nejen odbornost, ale také vlídný a pečující přístup lékárníků a lékárníků.<sup>97</sup> Mezi další aktuálně probíhající iniciativy, na kterých má ČLnK podíl, patří také tyto projekty: „Odvykání kouření v lékárnách“ (odborné poradenství v lékárnách při odvykání kouření viz Příloha č. 11), „Vdechněte inhalátorům nový život“ (na podporu životního prostředí lze místo vyhození do koše vrátit použité a expirované inhalátory do lékáren) a „EbP“ (Evidence Based Pharmacy – jde o evidenci úspor, které případnou díky zásahu lékárníka zdravotní pojišťovně nebo pacientovi). Všechny aktivity ČLnK mají společný cíl, a to poukázat na skutečnost, že profese lékárníka je ve společnosti potřebná a nezastupitelná.

**Komunikace s důležitými partnery a subjekty** je svěřena do rukou čelních představitelů ČLnK. Probíhá na bázi osobních setkání nebo formou osobní korespondence. Mezi významné partnery komory počítáme subjekty z oblasti zdravotnictví, kterými jsou Ministerstvo zdravotnictví ČR, Státní ústav pro kontrolu léčiv, Všeobecná zdravotní pojišťovna ČR, Svaz zdravotních pojišťoven ČR, Asociace provozovatelů lékáren, Grémium majitelů lékáren nebo Koalice soukromých lékařů. ČLnK také spolupracuje s farmaceutickými fakultami a jejich studenty, jmenovitě se Spolkem českých studentů farmacie při Farmaceutické fakultě Univerzity Karlovy v Hradci Králové a s Unií studentů farmacie při Farmaceutické fakultě Veterinární a farmaceutické Univerzity Brno. Zástupci z řad těchto partnerů jsou pravidelnými hosty na akcích pořádaných ČLnK, což přispívá k rozvíjení vzájemných vztahů. K dalším pro ČLnK důležitým subjektům se řadí i ostatní profesní komory působící v ČR, což dokazuje tradiční Setkání předsedů a prezidentů profesních komor, které se koná každoročně v adventním čase. ČLnK nemá vliv jen na domácí oborovou síť, ale působí aktivně i na mezinárodním farmaceutickém poli. Zástupci ČLnK se účastní jednání PGEU, EPF, FIP či reprezentují svoji stavovskou organizaci na

<sup>96</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Výroční zpráva za rok 2012*. [online].

<sup>97</sup> MLADÍ LÉKÁRNÍCI. *Lékárnice jsou také maminky*. [online].

konferencích pořádaných zahraničními farmaceutickými organizacemi. Na akcích pořádaných ČLnK jsou pak naopak jako hosté a přednášející přítomni zástupci profesních organizací okolních států nebo jiné zahraniční osobnosti působící ve farmacii.

**Komunikace s médii** neboli média relations tvoří jednu z nejdůležitějších součástí public relations aktivit. O komunikaci s novináři se stará prezident, viceprezident a tiskový mluvčí, který je zároveň i členem představenstva ČLnK. Komunikace s novináři probíhá prostřednictvím již zmíněných tiskových zpráv, newsletteru Lékárnické kapky, tiskových konferencí, osobních setkání, telefonických rozhovorů nebo při neformálních příležitostech. Tiskové zprávy vydávané ČLnK přebírají všechny hlavní agentury včetně ČTK a Mediafax. Představitelé Komory bývají hosty v celostátních televizních i rozhlasových stanicích. Vystoupili v pořadech jako „Otázky Václava Moravce“ nebo „Máte slovo“, byli hosty v pořadu „Události, komentáře“ v České televizi a ve „Snídani s Novou“. Přímou ve studiu nebo prostřednictvím telefonu poskytují pravidelně rozhovory pro Český rozhlas Radiožurnál. Mediální výstupy ČLnK se pravidelně objevují v nejčtenějších tištěných a internetových médiích, laických i odborných (např. MF Dnes, Právo, Deníky Bohemia, ve zdravotnických periodikách jako jsou Zdravotnické noviny a Medical Tribune). Tradiční akce ČLnK „Den lékáren“ se těšila mediální podpoře na rádiu Impuls a v Českém rozhlase, a také v tištěných médiích. „Den lékáren“ bývá podpořen také podcastovým vysíláním (šíření informací na internetu pomocí zvukových nebo video záznamů) na portálu [www.apatykar.info](http://www.apatykar.info). Tam je v rubrice „*Co Vy na to, pane presidente?*“ vysílán i pravidelný podcast (tzv. audio RSS - navazující sady audio záznamů) s prezidentem ČLnK o všem, co se děje v českém lékařství a kolem lékáren. ČLnK se také aktivně podílela na přípravě lékárnické přílohy Medical Tribune MT Pharma nebo spolupracovala na dvoustraně věnované informacím o léčích, která vyšla čtyřikrát v MF Dnes. Zástupci ČLnK bývají také aktivními účastníky na tiskových konferencích ministerstva zdravotnictví nebo České asociace farmaceutických firem (ČAFF), v roce 2008 se zúčastnili také tiskové konference Národní protidrogové centrály. Pořádání tiskové konference se sama ČLnK ujala naposledy v roce 2011, o rok dříve uspořádala tiskové konference dvě a z toho jednu společnou s Českou lékařskou komorou a v roce 2009 byla dokonce pořadatelem pěti tiskových konferencí.<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup> ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Výroční zprávy*. [online].

## 4. Zhodnocení hospodaření a návrhy na zlepšení public relations vybrané neziskové organizace

### 4.1 Zhodnocení hospodaření

V předchozí kapitole bylo pomocí analýzy stavových ukazatelů nahlédnuto jak do majetkové a finanční struktury České lékárnické komory, tak i na náklady a výnosy jejího rozpočtu. Provedená finanční analýza tak poskytla komplexní přehled o majetkovém a finančním hospodaření této stavovské organizace v letech 2008 – 2012.

Rozbor hospodaření ČLnK potvrdil skutečnost, kterou uvedl už Šefl a to, že „*činnost profesních komor s povinným členstvím je plně financována z vlastních zdrojů bez přímé závislosti na zdrojích z veřejných rozpočtů.*“<sup>99</sup> Ve všech analyzovaných letech je vidět jasná převaha vlastních zdrojů: v roce 2008 je jejich podíl na celkových pasivech 83,03 %, v roce 2009 – 73,59 %, v roce 2010 – 84,48 %, v roce 2011 – 90,95 % a v roce 2013 to je 90,31 %. Základní struktura příjmů ČLnK je tvořena z největší části členskými příspěvky, dále registračními a administrativními poplatky spolu s příjmy z dohledové a disciplinární pravomoci komory. S financováním této profesní komory úzce souvisí i hospodaření s jejím majetkem. Předmětem vlastnictví ČLnK je dlouhodobý majetek i krátkodobý majetek, ten však ztratil nákupem nemovitosti v roce 2009 své dominantní postavení. Od zmíněného roku má dlouhodobý majetek největší podíl na celkových aktivech: v roce 2009 – 83,75 %, v roce 2010 – 85,22 %, v roce 2011 – 76,26 % a v roce 2012 – 63,68 %. To, že se svým majetkem nakládá ČLnK zodpovědně, dokazuje každoroční přebytek hospodaření. V případě mimořádných událostí, které by mohly hospodaření uvrhnout do deficitu, má ČLnK možnost převést finanční prostředky ze své dceřiné společnosti (Lékařnická akademie s.r.o.), čehož využila v roce 2010, kdy bylo dosaženo nejnižšího výsledku hospodaření (760 tis. Kč). O téměř 3 mil. Kč vyšší přebytek vykázal rok 2012, což mimo jiné ukazuje graf v Příloze č. 13. Zjištěná převaha výnosů nad náklady v rozpočtovém plnění ČLnK potvrdila další tvrzení Šefla a to, že „*i přes neziskový charakter těchto subjektů tato profesní sdružení dosahují dlouhodobě vyrovnaných nebo dokonce přebytkových výsledků hospodaření ..., čímž se významně odlišují od jiných subjektů veřejné správy – nejen státní správy, ale i jiných samospráv, zejména územních.*“<sup>100</sup>

<sup>99</sup> ŠEFL, Vladimír. *Financování profesních komor s povinným členstvím*. [online].

<sup>100</sup> Tamtéž.

## 4.2 Dotazníkové šetření

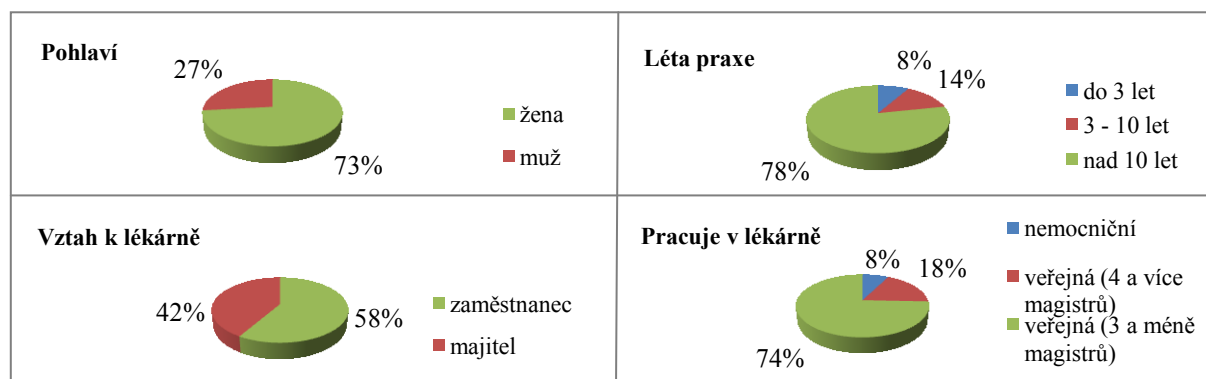
Vlastním přínosem v této práci je dotazníkové šetření, které bude předmětem dalšího textu. Dotazníkové šetření patří mezi techniky, kterými lze zjistit zpětná vazba na činnost organizace, v případě ČLnK bylo zjišťováno mínění vnitřní veřejnosti, tedy příslušníků této stavovské organizace.

Dotazníkové šetření mezi lékárníky probíhalo v období od 12. 1. 2014 do 5. 2. 2014. Nástrojem ke sběru dat byl dotazník obsahující 12 otázek, z nichž 4 otázky zjišťovaly profil respondentů. Zbývajících 8 otázek vychází z usnesení XXIII. sjezdu delegátů ČLnK, převážně pak z priorit ČLnK stanovených pro období 2014 – 2017 (Příloha č. 10). Dotazník byl zpracován v elektronické podobě a lze ho shlédnout na této adrese <http://login.oursurvey.biz/9352>. Link na dotazník byl distribuován e-mailem na tisíc náhodně vybraných adres lékáren. Dotazník zodpovědělo 277 lékárníků, tudíž jeho návratnost byla podprůměrná, pouze 27,7 %. Vzor dotazníku je uveden jako Příloha č. 14.

### 4.2.1 Vyhodnocení dotazníku

Informace zjištěné při vyhodnocení otázek z dotazníku poskytly přehled o tom, zda jsou aktivity ČLnK v souladu se zájmy jejích členů. Dotazník zodpovědělo 203 žen a 74 mužů. Více než desetiletou praxi má 78 % všech dotazovaných. Mezi respondenty byla převaha zaměstnanců lékáren (162 zúčastněných), majitelé lékáren měli téměř 42 % zastoupení. Nejvíce dotazovaných pracuje (dělení dle specializace) ve veřejné lékárně se 3 a méně magistry a naopak nejméně v nemocniční lékárně. Podrobný profil respondentů získaný z provedeného šetření ukazuje Graf 4.1 a tabulka v Příloze č. 15.

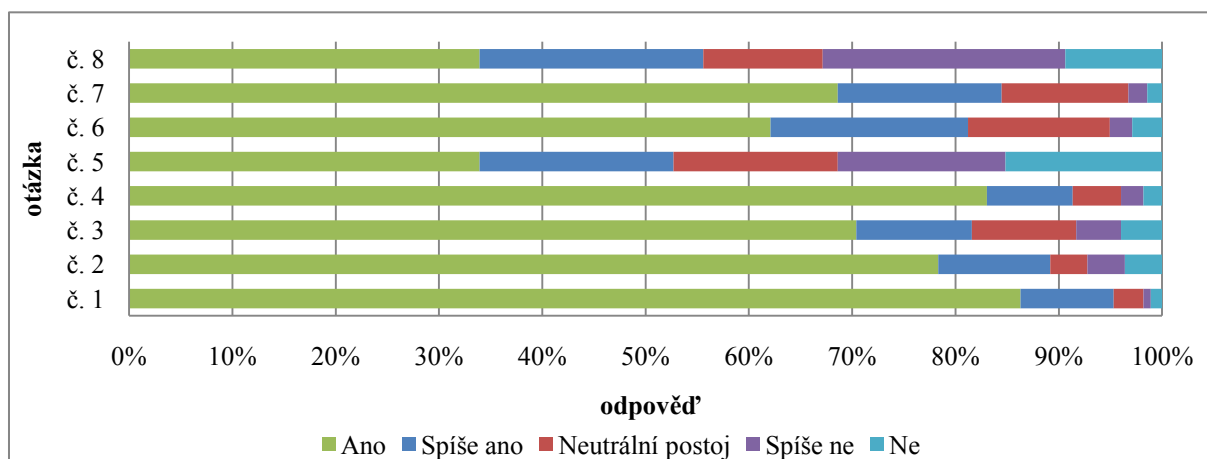
**Graf 4.1 Profil respondentů**



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření. Vlastní zpracování.

Na aktuální otázky z oblasti lékárenství měli respondenti možnost vybrat jednu z pěti možných odpovědí: **Ano**, **Spíše ano**, **Neutrální postoj**, **Spíše ne**, **Ne**. U všech osmi položených otázek byla nejčastěji zaškrtnuta odpověď „Ano“, jak je patrné z Grafu 4.2. Ten ukazuje procentuální vyjádření všech zjištěných odpovědí na dané otázky. Tabulka v Příloze č. 15 přináší dále podrobnější náhled na zjištěné údaje.

**Graf 4. 2 Vyhodnocení dotazníku**



Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření. Vlastní zpracování.

Nejvíce kladných odpovědí získala otázka č. 1 „*Je nutné zvyšovat informovanost veřejnosti o lékárně jako o zdravotnickém zařízení?*“, na kterou 86,28 % respondentů odpovědělo „Ano“ a 9,03 % „Spíše ano“. Také u otázek č. 2, 3, 4, 6 a 7 je více než 80 % převaha kladných odpovědí („Ano“ a „Spíše ano“). Největší roztržičnost byla zaznamenána u odpovědí na otázky č. 5 a č. 8. Na otázku č. 5 „*Jste pro elektronické sdílení citlivých údajů o pacientech zdravotníky (včetně lékárníků) v rámci e-preskripce?*“ odpovědělo 33,94 % dotázaných „Ano“ a 18,77 % „Spíše ano“. Neutrální postoj zaujalo 44 respondentů (15,88 %), spíše záporně se k otázce staví 16,25 % dotazovaných a odpověď „Ne“ označilo 42 lékárníků (15,16 %). Stejný podíl odpovědí „Ano“ jako u otázky č. 5 byl zjištěn i u otázky č. 8 „*Jste pro rozšíření sortimentu léčivých přípravků vydávaných bez receptu převedením účinných a bezpečných přípravků dosud vázaných na recept?*“. Na tento dotaz odpovědělo spíše kladně 60 lékárníků (21,66 %), neutrálně se k ní staví 11,55 %, spíše záporný postoj má 65 respondentů (23,47 %) a nesouhlasí 26 členů ČLnK (9,39 %).

Z průzkumu vyplynulo, že s prioritami ČLnK se ztotožňuje i většina jejích členů, ale vzhledem k malému počtu respondentů může být tento výsledek zavádějící. Proto je třeba brát tyto závěry spíše orientačně, a ne je chápat jako přesně vypovídající skutečnost.

### 4.3 Návrhy na zlepšení public relations

O otázkách PR České lékárnické komory se ve farmaceutických řadách diskutuje stále více, staly se předmětem debaty i na posledním XXIII. sjezdu delegátů ČLnK. To, že si lékárníci myslí, že je informovanost veřejnosti o jejich profesi nedostatečná, potvrdil i jednoznačný výsledek dotazníkového šetření u otázky č. 1. S oblastí PR počítá ČLnK i ve svém rozpočtu, avšak tyto finanční prostředky nejsou v posledních letech dostatečně využívány, jak ukazuje Tab 4.1. Na výše zmíněném Sjezdu delegátů došlo dokonce ještě k navýšení této kapitoly v rozpočtu na rok 2014 o 2 mil. Kč na celkovou výši 2,95 mil Kč.

**Tab 4.1 Využití finančních prostředků na „Public relations“ v letech 2008 až 2012**

Public relations				
rok	rozpočet (tis. Kč)	plnění k 31. 12. (v tis. Kč)	rozdíl + / - (v tis. Kč)	plnění (v %)
2008	400	1218	818	304,5
2009	1500	237	-1263	15,8
2010	800	572	-228	71,5
2011	2400	255	-2145	10,6
2012	1550	103	-1447	6,6

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

Z provedeného rozboru PR ČLnK je patrné, že na celkovém PR se podílejí i jiné kategorie nákladů, zejména „Rozvojové projekty“ a „Platby za ČČL“. Vzhledem k tomu, že v případě ČLnK není budování vztahů s veřejností omezeno finančními prostředky, bylo by přínosem **zřízení tiskového oddělení**. Nyní je komunikace s veřejností v kompetenci tiskového mluvčího, který je zároveň i členem představenstva komory. Nejde tedy o **plnohodnotného mediálního manažera**, který by mohl vylepšit prezentaci na veřejnosti.

Vzhledem k tomu, že posláním patří ČLnK mezi neziskové organizace soukromoprávní vzájemně prospěšné, je pochopitelná orientace komory směrem dovnitř, na lékárníky. Ke zlepšení komunikace s laickou veřejností by pomohlo **vydávání časopisu pro pacienty** a jeho distribuce do zdravotnických zařízení. Přínosem by jistě bylo i **častější pořádání tiskových konferencí**, které v letech 2012 a 2013 nebyly předmětem PR aktivit ČLnK, což mělo také vliv na nevyčerpání finančních prostředků z rozpočtu této kapitoly.

Bude záležet jen na představenstvu ČLnK jak potenciál a finanční prostředky, které má v oblasti PR, využije. Je potřeba stanovit si **dlouhodobou vizi** a vypracovat **mediální strategii**, aby PR pomohlo zvýšit respekt společnosti k lékárníkům a prestiž této profese.

## 5. Závěr

Hlavním tématem této bakalářské práce byla problematika public relations vybrané neziskové organizace. Public relations jsou nedílnou součástí marketingu, který byl dlouhou dobu spojován jen se ziskovým sektorem. S nástupem demokracie po roce 1989 začal marketing nabývat na významu i v neziskové sféře, kde hraje stále větší roli. Neziskový sektor v České republice čítá několik tisíc organizací, které zajímá, zda budou pro veřejnost jejich služby přínosem, zda získají potřebné finanční prostředky na svou činnost a budou moci dále naplňovat své poslání a tudíž nebude tendence je zrušit.

Cílem bakalářské práce bylo na základě analýzy hospodaření a public relations aktivit České lékárnické komory v letech 2008 - 2012 zhodnocení tohoto hospodaření a provedení dotazníkového šetření mezi příslušníky této stavovské organizace za účelem zjištění jejich názoru na aktuální dění v oblasti farmacie.

Teoretická část textu se zabývala základními východisky z oblasti neziskových organizací, která zahrnuje i působnost profesních komor. Zmíněny byly také změny, které v této oblasti přinesl nový občanský zákoník a novela zákona o daních z příjmů, které vstoupily v platnost 1. 1. 2014. Předmětem této kapitoly byla také propagace v neziskové sféře, s bližším zaměřením na problematiku public relations.

Následně byla v praktické části práce představena vybraná nezisková organizace. Stručně byl nastíněn předmět činnosti a organizační struktura České lékárnické komory. Hlavní náplní této kapitoly však byla analýza hospodaření a PR aktivit ČLnK. Hospodaření bylo rozebráno pomocí analýzy stavových (absolutních) ukazatelů, což je jedna z elementárních metod finanční analýzy. Podkladem pro rozbor ekonomické situace ČLnK byla data z rozvahy a z výkazu plnění rozpočtu. Ta poskytla obraz o složení a vývoji majetkové a finanční struktury ČLnK a o nákladových a výnosových položkách jejího rozpočtu. Dále bylo popsáno stávající public relations, což ukázalo, že organizace využívá všechny hromadné sdělovací prostředky (tisk, rozhlas, televize). Dalším hojně využívaným nositelem propagačního sdělení je bezesporu internet, telefon, e-mail nebo facebook. Do povědomí široké veřejnosti se ČLnK snaží dostat nejen pomocí masmédií a tiskových zpráv, ale také pořádáním veřejných akcí. V rámci vnitřní komunikace jsou pořádány různé odborné akce, vzdělávací semináře, konference či workshopy. ČLnK nezanedbává ani osobní kontakt s důležitými veřejnými činiteli, který je nezbytný při jejich lobbistických aktivitách. Při



prosazování zájmů lékárníků jsou nápomocny i další subjekty z oboru farmacie, jejichž zástupci jsou pravidelnými hosty na akcích konaných ČLnK.

Obsahem čtvrté kapitoly bylo zhodnocení hospodaření, popis realizace a vyhodnocení dotazníkového šetření a v poslední řadě návrhy na vylepšení stávajícího public relations. Analýza hospodaření ČLnK potvrdila jako jeden z charakteristických znaků profesní samosprávy ekonomický aspekt, který spočívá v samofinancování vlastní činnosti převážně z povinných příspěvků členů této stavovské organizace sdružující lékárníky. Právním postavením spadají profesní komory do veřejného sektoru, tato finanční nezávislost na zdrojích z veřejných rozpočtů, stejně jako každoroční přebytek hospodaření je pozitivně odlišuje od většiny dalších organizací působících v této sféře. Pro převážnou část z nich je nezbytný fundraising, jako nástroj zajišťující prostředky k jejich „přežití“. Ten v případě profesních komor ztrácí svůj význam. Pro chod ČLnK i jiných stavovských organizací je však nepostradatelný osobní aspekt, tedy fyzické osoby dané profese, které se v komorách sdružují. Právě mezi příslušníky lékařského stavu byl proveden průzkum formou on-line dotazníku zaměřený na aktuální otázky týkající se této profese, které jsou předmětem zájmu ČLnK pro období 2014 - 2017. Výsledky tohoto šetření přinesly zjištění, že převážná část dotazovaných preference ČLnK schvaluje. Nejvíce kladných odpovědí zaznamenala otázka týkající se zvyšování povědomí veřejnosti o lékárně jako zdravotnickém zařízení, toho lze dosáhnout mimo jiné i pomocí public relations. Návrhy, jak by ČLnK mohla zlepšit vztahy s veřejností, jsou obsaženy v závěru této kapitoly. Nástin vylepšení public relations se opírá jak o informace zjištěné z provedené analýzy hospodaření a public relations, tak i o informace načtené z dostupných článků týkajících se činnosti ČLnK.

Bakalářská práce ukázala, proč je pro neziskové organizace nezbytné zahrnout formy a nástroje PR do svých aktivit a pomocí nich ovlivňovat mínění okolí, protože sympatie a podpora jsou pro ně důležité jak na poli fundraisingu, tak i lobbingu. Existuje celá řada teoretických návodů, jak působit na veřejné mínění, ale v praxi platí „co organizace, to originál“, proto není nic lepšího než PR strategie ušitá přímo na míru.

## Seznam použité literatury

### a) Odborné knihy

BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM, 2010. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BACHMANN, Pavel. *Management neziskové organizace*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. 280 s. ISBN 978-80-7435-130-3.

BEZOUŠKA, Petr a Lucie PIECHOWICZOVÁ. *Nový občanský zákoník - nejdůležitější změny*. Olomouc: ANAG, 2013. ISBN 978-80-7263-819-2.

ČEPELKA, Oldřich. *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie*. Liberec: Omega, 2003. 135 s. ISBN 80-902376-3-0.

HALÁSEK, Dušan. *Veřejná ekonomika*. 3. vyd. Dolní Životice: Optys, 2012. 96 s. ISBN 978-80-85819-80-9.

HŮRKA, Petr et al. *Zákoník práce a související ustanovení občanského zákoníku s podrobným komentářem k 1. 4. 2012*. 2. vyd. Olomouc: ANAG, 2012. ISBN 978-80-7263-727-0.

KINCL, Jan a kol. *Marketing podle trhů*. Praha: Alfa, 2004. ISBN 80-86851-02-8.

KNÁPKOVÁ, A., D. PAVELKOVÁ a K. ŠTEKER. *Finanční analýza: Komplexní průvodce s příklady*. 2. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4456-8.

KOHOUT, Jaroslav. *Veřejné mínění, image a metody public relations*. Praha: Management Press, 1999. 124 s. ISBN 80-7261-006-6.

KOPECKÝ, Ladislav. *Public relations: Dějiny – teorie – praxe*. Praha: Grada, 2013. 240 s. ISBN 978-80-247-4229-8.

KOTLER, Philip. *Marketing podle Kotlera: Jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Praha: Management Press, 2000. 258 s. ISBN 80-726-1010-4.

KOTLER, Philip a kol. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOUDELKA, Zdeněk. *Právní předpisy samosprávy*. 2. vyd. Praha: Linde, 2008. 346 s. ISBN 978-80-7201-690-7.

KOUDELKA, Zdeněk. *Samospráva*. Praha: Linde, 2007. 399 s. ISBN 978-80-7201-665-5.

OTRUSINOVÁ, Milana a Dana KUBÍČKOVÁ. *Finanční hospodaření municipálních jednotek po novele zákona o účetnictví*. Praha: C. H. Beck, 2011. ISBN 978-80-7400-342-4.

REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 3. vyd. Praha: Ekopress, 2010. ISBN 978-80-86929-54-5.

RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 4. vyd. Praha: Grada, 2011. 143 s. ISBN 978-80-247-3916-8.

RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ. *Finanční management*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4047-8. s. 99-100.

SLÁDEČEK, Vladimír. *Obecné správní právo*. 2. vyd. Praha: ASPI, 2009. 463 s. ISBN 978-80-7357-382-9.

SVOBODA, Václav. *Public relations: moderně a účinně*. 2. vyd. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2866-7.

SYNEK, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 4. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-892-4.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Public relations, fundraising a lobbying pro neziskové organizace*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4040-9.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4041-6.

ŠIMKOVÁ, Eva. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. 5. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2012. 173 s. ISBN 978-80-7435-230-0.

ŠTEKER, Karel a Milana OTRUSINOVÁ. *Jak číst účetní výkazy: Základy českého účetnictví a výkaznictví*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4702-6.

WEINBERGER, Annja. *Corporate Identity - Großer Auftritt für kleine Unternehmen: Mit der VIVA-Formel zum Erfolg: Mit der VIVA-Formel zum Erfolg / Vision - Identität - Verhalten – Außendarstellung*. München: Stiebner, 2010. 310 s. ISBN 978-3-8307-1378-4.

## **b) Elektronické dokumenty a ostatní**

APATYKÁŘ. *Otázka pro: Mgr. Jaroslavu Hořanskou – šéfredaktorku ČČL*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://otazka.apatykar.info/rozhovor-68/>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Den lékáren 2013 – Dovolená a ochrana před slunečním zářením*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/Pro-verejnost/Informace-pro-verejnost/Den-lekaren-2013-%E2%80%93-Dovolena-a-ochrana-pred-slunecn.aspx>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Etický kodex ČLnK*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Rady/Rady/H-6-Etický-kodex-CLnK.aspx>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Finanční řád ČLnK*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Rady/Rady/H-4-Financni-rad-CLnK.aspx>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Lékařenský znak*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Kdo-je-CLK/Lekarensky-znak.aspx>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Nové informační médium České lékárnické komory – Lékárnické kapky*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: [http://www.lekarnici.cz/getattachment/Media/Tiskove-zpravy/Nove-informacni-medium-Ceske-lekarnicke-komory----/Lekarnicke-kapky-12\\_01.pdf.aspx](http://www.lekarnici.cz/getattachment/Media/Tiskove-zpravy/Nove-informacni-medium-Ceske-lekarnicke-komory----/Lekarnicke-kapky-12_01.pdf.aspx)

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Organizační řád ČLnK*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Rady/Rady/H-1-Organizacni-rad-CLnK.aspx>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Výroční zprávy*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Vyrocní-zpravy.aspx>

ČESKÁ LÉKÁRNICKÁ KOMORA. *Výroční zpráva za rok 2012*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Vyrocní-zpravy/Vyrocní-zpráva-za-rok-2012.aspx>

INTERNÍ MATERIÁLY České lékárnické komory.

KOUDELKA, Zdeněk. *Zájmová samospráva a její předpisy*. [online] Bulletin advokacie 5/2001[cit. 28. 11. 2013]. Dostupné z: [http://www.cak.cz/assets/files/181/BA\\_01\\_05.pdf](http://www.cak.cz/assets/files/181/BA_01_05.pdf)

MLADÍ LÉKÁRNÍCI. *Lékárnice jsou také maminky*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.mladilekarnici.cz/2011/06/lekarnice-jsou-take-maminky/>

ŠEFL, Vladimír. *Financování profesních komor s povinným členstvím*. [online] Dny práva – 2011 – Days of Law, 1. ed. Brno : Masaryk University, 2011 [cit. 17. 03. 2014]. Dostupné z: [https://www.law.muni.cz/sborniky/dny\\_prava\\_2011/files/prispevky/02%20FINANC/Vladimir%20Sefl.pdf](https://www.law.muni.cz/sborniky/dny_prava_2011/files/prispevky/02%20FINANC/Vladimir%20Sefl.pdf)

ŠEFL, Vladimír. *Právní a ekonomické aspekty povinného členství v profesních komorách*. [online] Dny práva – 2010 – Days of Law, 1. ed. Brno : Masaryk University, 2010 [cit. 28. 11. 2013]. Dostupné z:

[http://www.law.muni.cz/sborniky/dny\\_prava\\_2010/files/prispevky/03\\_ekonomicke\\_aspekty/Sefl\\_Vladimir\\_\(4212\).pdf](http://www.law.muni.cz/sborniky/dny_prava_2010/files/prispevky/03_ekonomicke_aspekty/Sefl_Vladimir_(4212).pdf)

WEBARCHIB. *Certifikát*. [online]. [cit. 01. 03. 2014]. Dostupné z: <http://www.webarchiv.cz/files/vydavatele/certifikat.html>

Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 220 ze dne 8. května 1991 o České lékařské komoře, České stomatologické komoře a České lékárnické komoře, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 586 ze dne 20. listopadu 1992 o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.

## Seznam zkratek

<b>CI</b>	corporate identity
<b>ČAFF</b>	Česká asociace farmaceutických firem
<b>ČČL</b>	Časopis českých lékárníků
<b>ČLnK</b>	Česká lékárnická komora
<b>ČR</b>	Česká republika
<b>DDHM</b>	drobný dlouhodobý hmotný majetek
<b>DFM</b>	dlouhodobý finanční majetek
<b>DHM</b>	dlouhodobý hmotný majetek
<b>DNM</b>	dlouhodobý nehmotný majetek
<b>EbP</b>	Evidence Based Pharmacy
<b>EPF</b>	EuroPharm Forum
<b>EU</b>	Evropská unie
<b>FIP</b>	Mezinárodní farmaceutická federace
<b>KFM</b>	krátkodobý finanční majetek
<b>LA</b>	Lékařnická akademie
<b>MF</b>	Mladá fronta
<b>NOZ</b>	nový občanský zákoník
<b>PGEU</b>	Pharmaceutical Group of the European Union (Evropský svaz lékárníků)
<b>PR</b>	public relations
<b>SMV</b>	samostatné movité věci
<b>s. r. o.</b>	společnost s ručením omezeným
<b>VH</b>	výsledek hospodaření
<b>v. m.</b>	veřejné mínění
<b>ZSP</b>	zákonné sociální pojištění

## **Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce**

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́домі, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. 5. 2014

  
.....  
Zdenka Přikrylová

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Členění národního hospodářství podle Pestoffa

**Příloha č. 2:** Souhrnný přehled profesních předpisů a řádů ČLnK

**Příloha č. 3:** Rozvaha – horizontální analýza

**Příloha č. 4:** Rozvaha – vertikální analýza

**Příloha č. 5:** Rozpočet ČLnK a jeho plnění

**Příloha č. 6:** Hospodaření ČLnK 2008 – 2012

**Příloha č. 7:** Výkaz plnění rozpočtu – horizontální analýza

**Příloha č. 8:** Výkaz plnění rozpočtu – vertikální analýza

**Příloha č. 9:** Lékárenský znak

**Příloha č. 10:** Priority ČLnK pro období 2014 - 2017

**Příloha č. 11:** Tisková zpráva ČLnK

**Příloha č. 12:** Pozvánka na Lékárnický ples

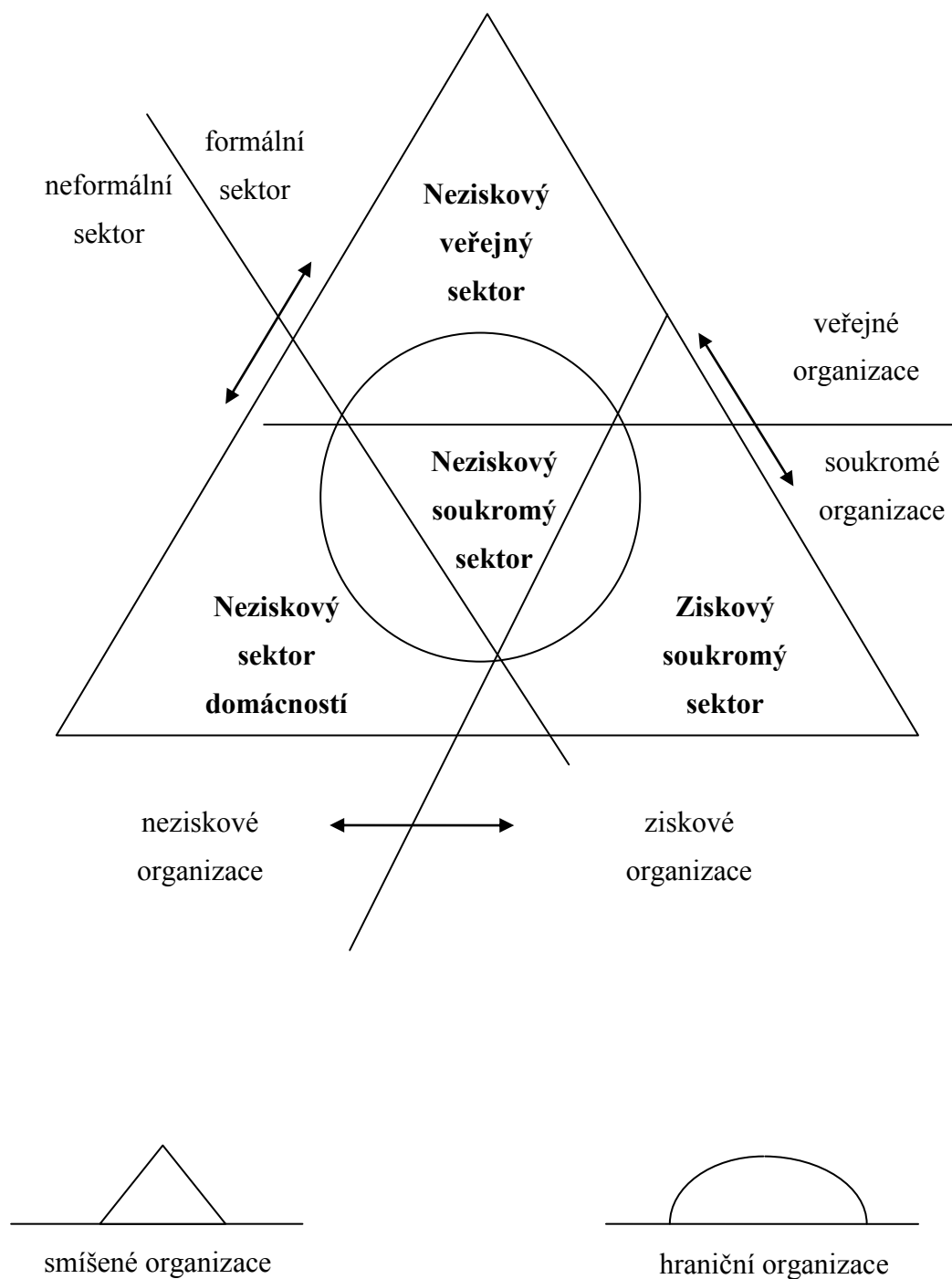
**Příloha č. 13:** Výsledek hospodaření ČLnK v letech 2008 až 2012

**Příloha č. 14:** Vzor dotazníku

**Příloha č. 15:** Vyhodnocení dotazníku



## Příloha č. 1: Členění národního hospodářství podle Pestoffa



Zdroj: REKTOŘÍK, Jaroslav a kol. Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení. s. 16. Vlastní zpracování.

## **Příloha č. 2: Souhrnný přehled profesních předpisů a řádů ČLnK**

Organizační řád České lékárnické komory

Jednací řád České lékárnické komory

Volební řád České lékárnické komory

Finanční řád České lékárnické komory

Řád činnosti revizních komisí České lékárnické komory

Etický kodex České lékárnické komory

Licenční řád České lékárnické komory

Kontrolní řád České lékárnické komory

Řád České lékárnické komory pro označování lékáren a jejich propagaci

Disciplinární řád České lékárnické komory

Řád pro celoživotní vzdělávání členů České lékárnické komory

Řád vědecké rady České lékárnické komory

Muzea s lékárenskou expozicí

Pravidla pro garanty (pro garantování akcí celoživotního vzdělávání)

Pravidla pro hodnocení SOFT SKILLS ( v systému celoživotního vzdělávání ČLnK)

Zdroj: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Kdo-je-CLK/Profesni-predpisy.aspx>. Vlastní zpracování.

### Příloha č. 3: Rozvaha – horizontální analýza

Položka (v tis. Kč)/Rok	Stav majetku					Horizontální analýza v % - relativní změna				Horizontální analýza v tis. Kč - absolutní změna			
	2008	2009	2010	2011	2012	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011
<b>AKTIVA CELKEM (v tis. Kč)</b>	<b>17496</b>	<b>24436</b>	<b>22253</b>	<b>24463</b>	<b>28766</b>	<b>39,67%</b>	<b>-8,93%</b>	<b>9,93%</b>	<b>17,59%</b>	<b>6940</b>	<b>-2183</b>	<b>2210</b>	<b>4303</b>
<b>DLOUHODOBÝ MAJETEK</b>	<b>4500</b>	<b>20464</b>	<b>18963</b>	<b>18655</b>	<b>18318</b>	<b>354,76%</b>	<b>-7,33%</b>	<b>-1,62%</b>	<b>-1,81%</b>	<b>15964</b>	<b>-1501</b>	<b>-308</b>	<b>-337</b>
<i>Dlouhodobý nehmotný majetek</i>	<i>0</i>	<i>9</i>	<i>25</i>	<i>31</i>	<i>0</i>	<i>x</i>	<i>177,78%</i>	<i>24,00%</i>	<i>-100,00%</i>	<i>9</i>	<i>16</i>	<i>6</i>	<i>-31</i>
Software	705	716	739	698	698	1,56%	3,21%	-5,55%	0,00%	11	23	-41	0
Oprávky k software	-705	-707	-714	-667	-698	0,28%	0,99%	-6,58%	4,65%	-2	-7	47	-31
DDNM	0	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	0	0
Oprávky k DDNM	0	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	0	0
<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	<i>4400</i>	<i>20355</i>	<i>18838</i>	<i>18524</i>	<i>18218</i>	<i>362,61%</i>	<i>-7,45%</i>	<i>-1,67%</i>	<i>-1,65%</i>	<i>15955</i>	<i>-1517</i>	<i>-314</i>	<i>-306</i>
Stavby (oprava prostor sídla)	4009	15678	11669	11669	13941	291,07%	-25,57%	0,00%	19,47%	11669	-4009	0	2272
Pozemky	0	4950	4950	4950	4950	x	0,00%	0,00%	0,00%	4950	0	0	0
Oprávky ke stavbám	-641	-1001	-355	-590	-865	56,16%	-64,54%	66,20%	46,61%	-360	646	-235	-275
Samostatné movité věci	4168	4305	3179	2266	2075	3,29%	-26,16%	-28,72%	-8,43%	137	-1126	-913	-191
Oprávky k SMV	-3136	-3577	-2687	-2043	-1883	14,06%	-24,88%	-23,97%	-7,83%	-441	890	644	160
DDHM	818	757	398	281	216	-7,46%	-47,42%	-29,40%	-23,13%	-61	-359	-117	-65
Oprávky k DDHM	-818	-757	-398	-281	-216	-7,46%	-47,42%	-29,40%	-23,13%	61	359	117	65
Nedokončený DHM	0	0	2082	2272	0	x	x	9,13%	-100,00%	0	2082	190	-2272
<i>Dlouhodobý finanční majetek</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Majetkové účasti (LA)	100	100	100	100	100	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0	0	0	0
<b>KRÁTKODOBÝ MAJETEK</b>	<b>12996</b>	<b>3972</b>	<b>3290</b>	<b>5808</b>	<b>10448</b>	<b>-69,44%</b>	<b>-17,17%</b>	<b>76,53%</b>	<b>79,89%</b>	<b>-9024</b>	<b>-682</b>	<b>2518</b>	<b>4640</b>
<i>Zásoby</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Výrobky (skripta)	0	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	0	0
<i>Pohledávky</i>	<i>532</i>	<i>1684</i>	<i>1140</i>	<i>650</i>	<i>1774</i>	<i>216,54%</i>	<i>-32,30%</i>	<i>-42,98%</i>	<i>172,92%</i>	<i>1152</i>	<i>-544</i>	<i>-490</i>	<i>1124</i>
Odběratelé	113	33	17	48	27	-70,80%	-48,48%	182,35%	-43,75%	-80	-16	31	-21
Ostatní pohledávky	17	7	7	0	10	-58,82%	0,00%	-100,00%	x	-10	0	-7	10
Pohledávky za zaměstnanci	0	0	3	3	3	x	x	0,00%	0,00%	0	3	0	0
Daň z příjmu (vrátka přeplatku)	194	112	803	0	0	-42,27%	616,96%	-100,00%	x	-82	691	-803	0
Jiné pohledávky	208	329	309	314	373	58,17%	-6,08%	1,62%	18,79%	121	-20	5	59
Dohadné účty aktivní	0	0	0	276	1361	x	x	x	393,12%	0	0	276	1085
Daň z přidané hodnoty	0	452	0	0	0	x	-100,00%	x	x	452	-452	0	0
Poskytnuté provozní zálohy	0	751	0	9	0	x	-100,00%	x	-100,00%	751	-751	9	-9
Pohledávky za účastníky sdružení	0	0	1	0	0	x	x	-100,00%	x	0	1	-1	0
<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	<i>12393</i>	<i>2187</i>	<i>2038</i>	<i>5062</i>	<i>8605</i>	<i>-82,35%</i>	<i>-6,81%</i>	<i>148,38%</i>	<i>69,99%</i>	<i>-10206</i>	<i>-149</i>	<i>3024</i>	<i>3543</i>
Pokladna	273	213	272	289	372	-21,98%	27,70%	6,25%	28,72%	-60	59	17	83
Ceniny	12	11	7	10	6	-8,33%	-36,36%	42,86%	-40,00%	-1	-4	3	-4
Bankovní účty	12108	1963	1759	4763	8227	-83,79%	-10,39%	170,78%	72,73%	-10145	-204	3004	3464
Depozitní směnky	0	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	0	0
<i>Jiná aktiva</i>	<i>71</i>	<i>101</i>	<i>112</i>	<i>96</i>	<i>69</i>	<i>42,25%</i>	<i>10,89%</i>	<i>-14,29%</i>	<i>-28,13%</i>	<i>30</i>	<i>11</i>	<i>-16</i>	<i>-27</i>
Náklady příštích období	71	101	112	96	69	42,25%	10,89%	-14,29%	-28,13%	30	11	-16	-27
Příjmy příštích období	0	0	0	0	0	x	x	x	x	0	0	0	0

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

### Příloha č. 3: Pokračování

Položka (v tis. Kč)/Rok	Stav majetku					Horizontální analýza v % - relativní změna				Horizontální analýza v tis. Kč - absolutní změna			
	2008	2009	2010	2011	2012	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011
<b>PASIVA CELKEM (v tis. Kč)</b>	<b>17496</b>	<b>24436</b>	<b>22253</b>	<b>24463</b>	<b>28766</b>	<b>39,67%</b>	<b>-8,93%</b>	<b>9,93%</b>	<b>17,59%</b>	<b>6940</b>	<b>-2183</b>	<b>2210</b>	<b>4303</b>
<b>VLASTNÍ ZDROJE</b>	<b>14527</b>	<b>17982</b>	<b>18799</b>	<b>22250</b>	<b>25979</b>	<b>23,78%</b>	<b>4,54%</b>	<b>18,36%</b>	<b>16,76%</b>	<b>3455</b>	<b>817</b>	<b>3451</b>	<b>3729</b>
<i>Jmění</i>	<i>1741</i>	<i>1776</i>	<i>1833</i>	<i>2070</i>	<i>19875</i>	<i>2,01%</i>	<i>3,21%</i>	<i>12,93%</i>	<i>860,14%</i>	35	57	237	17805
Vlastní jmění	887	887	887	887	18655	0,00%	0,00%	0,00%	2003,16%	0	0	0	17768
Fondy	854	889	946	1183	1220	4,10%	6,41%	25,05%	3,13%	35	57	237	37
<b>Výsledek hospodaření</b>	<b>12786</b>	<b>16206</b>	<b>16966</b>	<b>20180</b>	<b>6104</b>	<b>26,75%</b>	<b>4,69%</b>	<b>18,94%</b>	<b>-69,75%</b>	<b>3420</b>	<b>760</b>	<b>3214</b>	<b>-14076</b>
VH běžného roku	1556	3420	760	3214	3693	119,79%	-77,78%	322,89%	14,90%	1864	-2660	2454	479
Nerozdělený zisk minulých let	11230	12786	16206	16966	2411	13,86%	26,75%	4,69%	-85,79%	1556	3420	760	-14555
<b>CIZÍ ZDROJE</b>	<b>2969</b>	<b>6454</b>	<b>3454</b>	<b>2213</b>	<b>2787</b>	<b>117,38%</b>	<b>-46,48%</b>	<b>-35,93%</b>	<b>25,94%</b>	<b>3485</b>	<b>-3000</b>	<b>-1241</b>	<b>574</b>
<b>Krátkodobé závazky</b>	<b>2016</b>	<b>6137</b>	<b>2987</b>	<b>2156</b>	<b>2743</b>	<b>204,41%</b>	<b>-51,33%</b>	<b>-27,82%</b>	<b>27,23%</b>	<b>4121</b>	<b>-3150</b>	<b>-831</b>	<b>587</b>
Dodavatelé	562	533	44	893	565	-5,16%	-91,74%	1929,55%	-36,73%	-29	-489	849	-328
Zaměstnanci	1009	386	1009	455	678	-61,74%	161,40%	-54,91%	49,01%	-623	623	-554	223
Ostatní závazky vůči zaměstnancům	8	29	19	13	222	262,50%	-34,48%	-31,58%	1607,69%	21	-10	-6	209
Závazky k institucím ZSP	233	108	211	131	416	-53,65%	95,37%	-37,91%	217,56%	-125	103	-80	285
Daň z příjmu	0	0	0	564	658	x	x	x	16,67%	0	0	564	94
Ostatní přímé daně	203	71	201	90	181	-65,02%	183,10%	-55,22%	101,11%	-132	130	-111	91
Daň z přidané hodnoty	0	0	1485	0	0	x	x	-100,00%	x	0	1485	-1485	0
Ostatní daně a poplatky	1	0	2	2	2	-100,00%	x	0,00%	0,00%	-1	2	0	0
Jiné závazky	0	10	16	0	21	x	60,00%	-100,00%	x	10	6	-16	21
Krátkodobé bankovní úvěry	0	2000	0	0	0	x	-100,00%	x	x	2000	-2000	0	0
Ostatní krátkodobé finanční výpomoci	0	3000	0	0	0	x	-100,00%	x	x	3000	-3000	0	0
Dohadné účty pasivní	0	0	0	8	0	x	x	x	-100,00%	0	0	8	-8
<b>Jiná pasiva</b>	<b>953</b>	<b>317</b>	<b>467</b>	<b>57</b>	<b>44</b>	<b>-66,74%</b>	<b>47,32%</b>	<b>-87,79%</b>	<b>-22,81%</b>	<b>-636</b>	<b>150</b>	<b>-410</b>	<b>-13</b>
Výdaje příštích období	717	41	6	8	6	-94,28%	-85,37%	33,33%	-25,00%	-676	-35	2	-2
Výnosy příštích období	236	276	461	49	38	16,95%	67,03%	-89,37%	-22,45%	40	185	-412	-11

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

## Příloha č. 4: Rozvaha – vertikální analýza

Položka (v tis. Kč)/Rok	Stav majetku					Vertikální analýza v % (podíl na celkových aktivech)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
<b>AKTIVA CELKEM (v tis. Kč)</b>	<b>17496</b>	<b>24436</b>	<b>22253</b>	<b>24463</b>	<b>28766</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>DLOUHODOBÝ MAJETEK</b>	<b>4500</b>	<b>20464</b>	<b>18963</b>	<b>18655</b>	<b>18318</b>	<b>25,72%</b>	<b>83,75%</b>	<b>85,22%</b>	<b>76,26%</b>	<b>63,68%</b>
<i>Dlouhodobý nehmotný majetek</i>	<i>0</i>	<i>9</i>	<i>25</i>	<i>31</i>	<i>0</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,04%</i>	<i>0,11%</i>	<i>0,13%</i>	<i>0,00%</i>
Software	705	716	739	698	698	4,03%	2,93%	3,32%	2,85%	2,43%
Oprávky k software	-705	-707	-714	-667	-698	-4,03%	-2,89%	-3,21%	-2,73%	-2,43%
DDNM	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Oprávky k DDNM	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	<i>4400</i>	<i>20355</i>	<i>18838</i>	<i>18524</i>	<i>18218</i>	<i>25,15%</i>	<i>83,30%</i>	<i>84,65%</i>	<i>75,72%</i>	<i>63,33%</i>
Stavby (oprava prostor sídla)	4009	15678	11669	11669	13941	22,91%	64,16%	52,44%	47,70%	48,46%
Pozemky	0	4950	4950	4950	4950	0,00%	20,26%	22,24%	20,23%	17,21%
Oprávky ke stavbám	-641	-1001	-355	-590	-865	-3,66%	-4,10%	-1,60%	-2,41%	-3,01%
Samostatné movité věci	4168	4305	3179	2266	2075	23,82%	17,62%	14,29%	9,26%	7,21%
Oprávky k SMV	-3136	-3577	-2687	-2043	-1883	-17,92%	-14,64%	-12,07%	-8,35%	-6,55%
DDHM	818	757	398	281	216	4,68%	3,10%	1,79%	1,15%	0,75%
Oprávky k DDHM	-818	-757	-398	-281	-216	-4,68%	-3,10%	-1,79%	-1,15%	-0,75%
Nedokončený DHM	0	0	2082	2272	0	0,00%	0,00%	9,36%	9,29%	0,00%
<i>Dlouhodobý finanční majetek</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>0,57%</i>	<i>0,41%</i>	<i>0,45%</i>	<i>0,41%</i>	<i>0,35%</i>
Majetkové účasti (LA)	100	100	100	100	100	0,57%	0,41%	0,45%	0,41%	0,35%
<b>KRÁTKODOBÝ MAJETEK</b>	<b>12996</b>	<b>3972</b>	<b>3290</b>	<b>5808</b>	<b>10448</b>	<b>74,28%</b>	<b>16,25%</b>	<b>14,78%</b>	<b>23,74%</b>	<b>36,32%</b>
<i>Zásoby</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>	<i>0,00%</i>
Výrobky (skripta)	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>Pohledávky</i>	<i>532</i>	<i>1684</i>	<i>1140</i>	<i>650</i>	<i>1774</i>	<i>3,04%</i>	<i>6,89%</i>	<i>5,12%</i>	<i>2,66%</i>	<i>6,17%</i>
Odběratelé	113	33	17	48	27	0,65%	0,14%	0,08%	0,20%	0,09%
Ostatní pohledávky	17	7	7	0	10	0,10%	0,03%	0,03%	0,00%	0,03%
Pohledávky za zaměstnanci	0	0	3	3	3	0,00%	0,00%	0,01%	0,01%	0,01%
Daň z příjmu (vratka přeplatku)	194	112	803	0	0	1,11%	0,46%	3,61%	0,00%	0,00%
Jiné pohledávky	208	329	309	314	373	1,19%	1,35%	1,39%	1,28%	1,30%
Dohadné účty aktivní	0	0	0	276	1361	0,00%	0,00%	0,00%	1,13%	4,73%
Daň z přidané hodnoty	0	452	0	0	0	0,00%	1,85%	0,00%	0,00%	0,00%
Poskytnuté provozní zálohy	0	751	0	9	0	0,00%	3,07%	0,00%	0,04%	0,00%
Pohledávky za účastníky sdružení	0	0	1	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	<i>12393</i>	<i>2187</i>	<i>2038</i>	<i>5062</i>	<i>8605</i>	<i>70,83%</i>	<i>8,95%</i>	<i>9,16%</i>	<i>20,69%</i>	<i>29,91%</i>
Pokladna	273	213	272	289	372	1,56%	0,87%	1,22%	1,18%	1,29%
Ceniny	12	11	7	10	6	0,07%	0,05%	0,03%	0,04%	0,02%
Bankovní účty	12108	1963	1759	4763	8227	69,20%	8,03%	7,90%	19,47%	28,60%
Depozitní směnky	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<i>Jiná aktiva</i>	<i>71</i>	<i>101</i>	<i>112</i>	<i>96</i>	<i>69</i>	<i>0,41%</i>	<i>0,41%</i>	<i>0,50%</i>	<i>0,39%</i>	<i>0,24%</i>
Náklady příštích období	71	101	112	96	69	0,41%	0,41%	0,50%	0,39%	0,24%
Příjmy příštích období	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

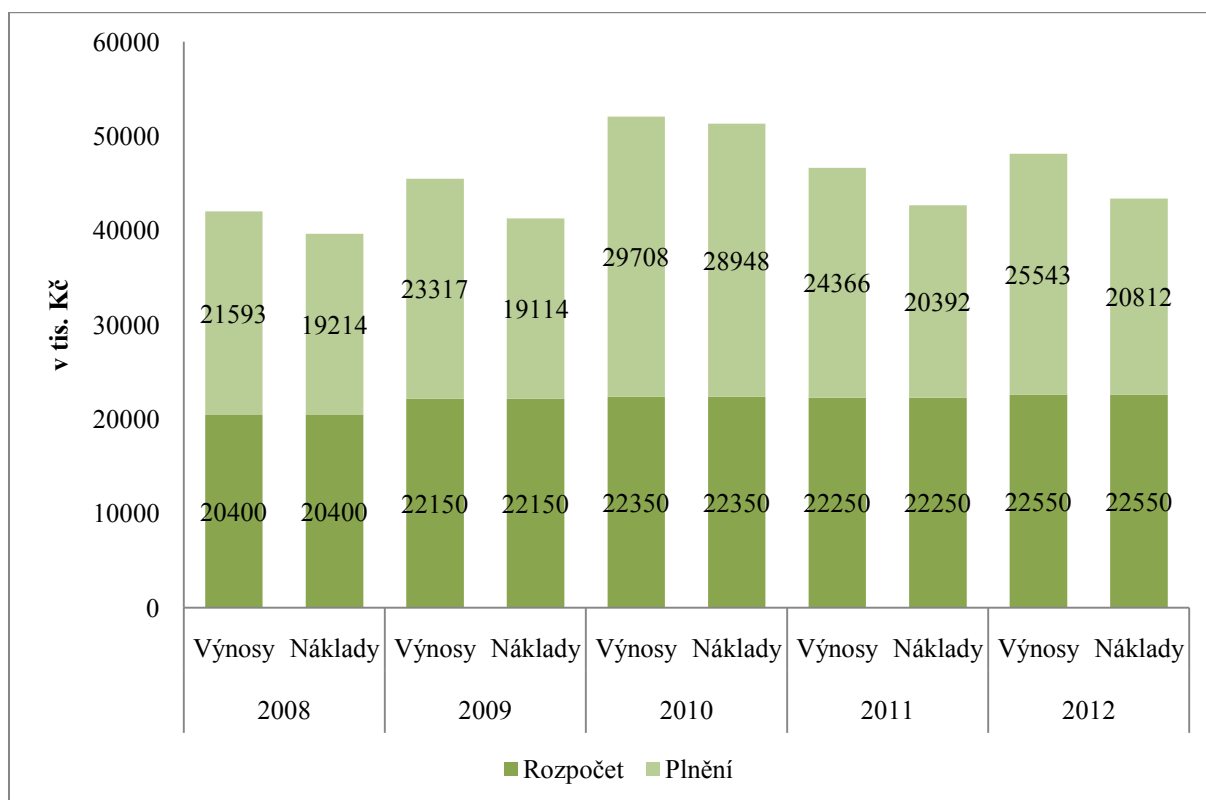
Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

#### Příloha č. 4: Pokračování

Položka (v tis. Kč)/Rok	Stav majetku					Vertikální analýza v % (podíl na celkových pasivech)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
<b>PASIVA CELKEM (v tis. Kč)</b>	<b>17496</b>	<b>24436</b>	<b>22253</b>	<b>24463</b>	<b>28766</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>VLASTNÍ ZDROJE</b>	<b>14527</b>	<b>17982</b>	<b>18799</b>	<b>22250</b>	<b>25979</b>	<b>83,03%</b>	<b>73,59%</b>	<b>84,48%</b>	<b>90,95%</b>	<b>90,31%</b>
<b>Jmění</b>	<b>1741</b>	<b>1776</b>	<b>1833</b>	<b>2070</b>	<b>19875</b>	<b>9,95%</b>	<b>7,27%</b>	<b>8,24%</b>	<b>8,46%</b>	<b>69,09%</b>
Vlastní jmění	887	887	887	887	18655	5,07%	3,63%	3,99%	3,63%	64,85%
Fondy	854	889	946	1183	1220	4,88%	3,64%	4,25%	4,84%	4,24%
<b>Výsledek hospodaření</b>	<b>12786</b>	<b>16206</b>	<b>16966</b>	<b>20180</b>	<b>6104</b>	<b>73,08%</b>	<b>66,32%</b>	<b>76,24%</b>	<b>82,49%</b>	<b>21,22%</b>
VH běžného roku	1556	3420	760	3214	3693	8,89%	14,00%	3,42%	13,14%	12,84%
Nerozdělený zisk minulých let	11230	12786	16206	16966	2411	64,19%	52,32%	72,83%	69,35%	8,38%
<b>CIZÍ ZDROJE</b>	<b>2969</b>	<b>6454</b>	<b>3454</b>	<b>2213</b>	<b>2787</b>	<b>16,97%</b>	<b>26,41%</b>	<b>15,52%</b>	<b>9,05%</b>	<b>9,69%</b>
<b>Krátkodobé závazky</b>	<b>2016</b>	<b>6137</b>	<b>2987</b>	<b>2156</b>	<b>2743</b>	<b>11,52%</b>	<b>25,11%</b>	<b>13,42%</b>	<b>8,81%</b>	<b>9,54%</b>
Dodavatelé	562	533	44	893	565	3,21%	2,18%	0,20%	3,65%	1,96%
Zaměstnanci	1009	386	1009	455	678	5,77%	1,58%	4,53%	1,86%	2,36%
Ostatní závazky vůči zaměstnancům	8	29	19	13	222	0,05%	0,12%	0,09%	0,05%	0,77%
Závazky k institucím ZSP	233	108	211	131	416	1,33%	0,44%	0,95%	0,54%	1,45%
Daň z příjmu	0	0	0	564	658	0,00%	0,00%	0,00%	2,31%	2,29%
Ostatní přímé daně	203	71	201	90	181	1,16%	0,29%	0,90%	0,37%	0,63%
Daň z přidané hodnoty	0	0	1485	0	0	0,00%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%
Ostatní daně a poplatky	1	0	2	2	2	0,01%	0,00%	0,01%	0,01%	0,01%
Jiné závazky	0	10	16	0	21	0,00%	0,04%	0,07%	0,00%	0,07%
Krátkodobé bankovní úvěry	0	2000	0	0	0	0,00%	8,18%	0,00%	0,00%	0,00%
Ostatní krátkodobé finanční výpomoci	0	3000	0	0	0	0,00%	12,28%	0,00%	0,00%	0,00%
Dohadné účty pasivní	0	0	0	8	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,03%	0,00%
<b>Jiná pasiva</b>	<b>953</b>	<b>317</b>	<b>467</b>	<b>57</b>	<b>44</b>	<b>5,45%</b>	<b>1,30%</b>	<b>2,10%</b>	<b>0,23%</b>	<b>0,15%</b>
Výdaje příštích období	717	41	6	8	6	4,10%	0,17%	0,03%	0,03%	0,02%
Výnosy příštích období	236	276	461	49	38	1,35%	1,13%	2,07%	0,20%	0,13%

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

## Příloha č. 5: Rozpočet ČLnK a jeho plnění



Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

## Příloha č. 6: Hospodaření ČLnK 2008 - 2012

Položka (v tis. Kč) / Rok	Plnění rozpočtu				
	2008	2009	2010	2011	2012
<b>VÝNOSY celkem (v tis. Kč)</b>	<b>21593</b>	<b>23317</b>	<b>29708</b>	<b>24366</b>	<b>25543</b>
Členské příspěvky řádné + registrace	18935	18854	19435	19894	20365
Členské příspěvky redukované	853	2244	2207	2316	2388
Úroky z bankovních vkladů	315	102	3	4	79
Tržby z vlastní činnosti	1034	863	712	759	727
Ostatní výnosy	337	319	3851	669	388
Výnosy ze spolupráce	119	79	67	24	27
Provozní dotace - projekt EU	0	856	432	700	1569
Převod od ČČL	0	0	3001	0	0
<b>NÁKLADY celkem (v tis. Kč)</b>	<b>19214</b>	<b>19114</b>	<b>28948</b>	<b>20392</b>	<b>20812</b>
Mzdy + ZSP+ostatní sociální náklady	3003	3393	3350	3381	3045
Dohody + honoráře	209	289	473	466	382
Náhrady za ztrátu času	2281	2025	2737	2740	3842
Cestovné	854	595	508	535	628
Materiál, odpisy	1342	1390	4684	1126	859
Služby	4173	3867	4176	4337	3877
Rozvojové projekty	0	94	250	504	355
Platby za ČČL	2984	2978	3566	3451	4064
Nájemné, energie	1829	1878	784	680	650
Public relations	1218	237	572	255	103
Náklady na reprezentaci	566	472	480	936	662
Ostatní náklady	755	1896	6207	1281	776
Projekt EU	0	0	1161	700	1569
<b>VH před zdaněním (v tis. Kč)</b>	<b>2379</b>	<b>4203</b>	<b>760</b>	<b>3974</b>	<b>4731</b>
Daň z příjmu (v tis. Kč)	823	783	0	760	1038
<b>VH po zdanění (v tis. Kč)</b>	<b>1556</b>	<b>3420</b>	<b>760</b>	<b>3214</b>	<b>3693</b>

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.



## Příloha č. 7: Výkaz plnění rozpočtu – horizontální analýza

Položka (v tis. Kč) / Rok	Plnění rozpočtu					Horizontální analýza v % - relativní změna				Horizontální analýza v tis. Kč - absolutní změna			
	2008	2009	2010	2011	2012	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011
<b>VÝNOSY celkem (v tis. Kč)</b>	<b>21593</b>	<b>23317</b>	<b>29708</b>	<b>24366</b>	<b>25543</b>	<b>7,98%</b>	<b>27,41%</b>	<b>-17,98%</b>	<b>4,83%</b>	<b>1724</b>	<b>6391</b>	<b>-5342</b>	<b>1177</b>
Členské příspěvky řádné + registrace	18935	18854	19435	19894	20365	-0,43%	3,08%	2,36%	2,37%	-81	581	459	471
Členské příspěvky redukované	853	2244	2207	2316	2388	163,07%	-1,65%	4,94%	3,11%	1391	-37	109	72
Úroky z bankovních vkladů	315	102	3	4	79	-67,62%	-97,06%	33,33%	1875,00%	-213	-99	1	75
Tržby z vlastní činnosti	1034	863	712	759	727	-16,54%	-17,50%	6,60%	-4,22%	-171	-151	47	-32
Ostatní výnosy	337	319	3851	669	388	-5,34%	1107,21%	-82,63%	-42,00%	-18	3532	-3182	-281
Výnosy ze spolupráce	119	79	67	24	27	-33,61%	-15,19%	-64,18%	12,50%	-40	-12	-43	3
Provozní dotace - projekt EU	0	856	432	700	1569	x	-49,53%	62,04%	124,14%	856	-424	268	869
Převod od ČČL	0	0	3001	0	0	x	x	-100,00%	x	0	3001	-3001	0
<b>NÁKLADY celkem (v tis. Kč)</b>	<b>19214</b>	<b>19114</b>	<b>28948</b>	<b>20392</b>	<b>20812</b>	<b>-0,52%</b>	<b>51,45%</b>	<b>-29,56%</b>	<b>2,06%</b>	<b>-100</b>	<b>9834</b>	<b>-8556</b>	<b>420</b>
Mzdy + ZSP+ostatní sociální náklady	3003	3393	3350	3381	3045	12,99%	-1,27%	0,93%	-9,94%	390	-43	31	-336
Dohody + honoráře	209	289	473	466	382	38,28%	63,67%	-1,48%	-18,03%	80	184	-7	-84
Náhrady za ztrátu času	2281	2025	2737	2740	3842	-11,22%	35,16%	0,11%	40,22%	-256	712	3	1102
Cestovné	854	595	508	535	628	-30,33%	-14,62%	5,31%	17,38%	-259	-87	27	93
Materiál, odpisy	1342	1390	4684	1126	859	3,58%	236,98%	-75,96%	-23,71%	48	3294	-3558	-267
Služby	4173	3867	4176	4337	3877	-7,33%	7,99%	3,86%	-10,61%	-306	309	161	-460
Rozvojové projekty	0	94	250	504	355	x	165,96%	101,60%	-29,56%	94	156	254	-149
Platby za ČČL	2984	2978	3566	3451	4064	-0,20%	19,74%	-3,22%	17,76%	-6	588	-115	613
Nájemné, energie	1829	1878	784	680	650	2,68%	-58,25%	-13,27%	-4,41%	49	-1094	-104	-30
Public relations	1218	237	572	255	103	-80,54%	141,35%	-55,42%	-59,61%	-981	335	-317	-152
Náklady na reprezentaci	566	472	480	936	662	-16,61%	1,69%	95,00%	-29,27%	-94	8	456	-274
Ostatní náklady	755	1896	6207	1281	776	151,13%	227,37%	-79,36%	-39,42%	1141	4311	-4926	-505
Projekt EU	0	0	1161	700	1569	x	x	-39,71%	124,14%	0	1161	-461	869
<b>VH před zdaněním (v tis. Kč)</b>	<b>2379</b>	<b>4203</b>	<b>760</b>	<b>3974</b>	<b>4731</b>	<b>76,67%</b>	<b>-81,92%</b>	<b>422,89%</b>	<b>19,05%</b>	<b>1824</b>	<b>-3443</b>	<b>3214</b>	<b>757</b>
Daň z příjmu (v tis. Kč)	823	783	0	760	1038	-4,86%	-100,00%	x	36,58%	-40	-783	760	278
<b>VH po zdanění (v tis. Kč)</b>	<b>1556</b>	<b>3420</b>	<b>760</b>	<b>3214</b>	<b>3693</b>	<b>119,79%</b>	<b>-77,78%</b>	<b>322,89%</b>	<b>14,90%</b>	<b>1864</b>	<b>-2660</b>	<b>2454</b>	<b>479</b>

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

**Příloha č. 8: Výkaz plnění rozpočtu – vertikální analýza**

Položka (v tis. Kč) / Rok	Plnění rozpočtu					Vertikální analýza v % (podíl na celkových výnosech)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
<b>VÝNOSY celkem (v tis. Kč)</b>	<b>21593</b>	<b>23317</b>	<b>29708</b>	<b>24366</b>	<b>25543</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
Členské příspěvky řádné + registrace	18935	18854	19435	19894	20365	87,69%	80,86%	65,42%	81,65%	79,73%
Členské příspěvky redukované	853	2244	2207	2316	2388	3,95%	9,62%	7,43%	9,51%	9,35%
Úroky z bankovních vkladů	315	102	3	4	79	1,46%	0,44%	0,01%	0,02%	0,31%
Tržby z vlastní činnosti	1034	863	712	759	727	4,79%	3,70%	2,40%	3,11%	2,85%
Ostatní výnosy	337	319	3851	669	388	1,56%	1,37%	12,96%	2,75%	1,52%
Výnosy ze spolupráce	119	79	67	24	27	0,55%	0,34%	0,23%	0,10%	0,11%
Provozní dotace - projekt EU	0	856	432	700	1569	0,00%	3,67%	1,45%	2,87%	6,14%
Převod od ČČL	0	0	3001	0	0	0,00%	0,00%	10,10%	0,00%	0,00%
						<b>Vertikální analýza v % (podíl na celkových nákladech)</b>				
<b>NÁKLADY celkem (v tis. Kč)</b>	<b>19214</b>	<b>19114</b>	<b>28948</b>	<b>20392</b>	<b>20812</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
Mzdy + ZSP+ostatní sociální náklady	3003	3393	3350	3381	3045	15,63%	17,75%	11,57%	16,58%	14,63%
Dohody + honoráře	209	289	473	466	382	1,09%	1,51%	1,63%	2,29%	1,84%
Náhrady za ztrátu času	2281	2025	2737	2740	3842	11,87%	10,59%	9,45%	13,44%	18,46%
Cestovné	854	595	508	535	628	4,44%	3,11%	1,75%	2,62%	3,02%
Materiál, odpisy	1342	1390	4684	1126	859	6,98%	7,27%	16,18%	5,52%	4,13%
Služby	4173	3867	4176	4337	3877	21,72%	20,23%	14,43%	21,27%	18,63%
Rozvojové projekty	0	94	250	504	355	0,00%	0,49%	0,86%	2,47%	1,71%
Platby za ČČL	2984	2978	3566	3451	4064	15,53%	15,58%	12,32%	16,92%	19,53%
Nájemné, energie	1829	1878	784	680	650	9,52%	9,83%	2,71%	3,33%	3,12%
Public relations	1218	237	572	255	103	6,34%	1,24%	1,98%	1,25%	0,49%
Náklady na reprezentaci	566	472	480	936	662	2,95%	2,47%	1,66%	4,59%	3,18%
Ostatní náklady	755	1896	6207	1281	776	3,93%	9,92%	21,44%	6,28%	3,73%
Projekt EU	0	0	1161	700	1569	0,00%	0,00%	4,01%	3,43%	7,54%

Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.

**Příloha č. 9: Lékárenský znak**



Zdroj: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Kdo-je-CLK/logo-CLnK/znak-CLnK.aspx>

## Příloha č. 10: Priority ČLnK pro období 2014 - 2017



Česká lékárnická  
komora

Rozárčina 1422/9 | 140 02 Praha 42  
tel.: 241090661 | fax: 241090672  
IČO: 40763021 | DIČ: CZ40763021  
www.lekarnici.cz | komora@lekarnici.cz

### Priority České lékárnické komory pro období 2014 – 2017

#### Posílení role pacienta a zajištění rovného přístupu k lékárenské péči

- sjednocení doplateků na léky hrazené z veřejného zdravotního pojištění
- zajištění 100% dostupnosti léčivých přípravků pro české pacienty cestou efektivních intervencí do reexportu léčiv
- léky, užívané převážně v nemocnicích nebo centrech, dostupné ve všech lékárnách a za stejných podmínek pro pacienty i v blízkosti jejich bydliště
- převedení všech léků, které jsou v současné době vykazovány jako ZULP, a jsou určeny k ambulantnímu užití pacientem, do výdeje na recept
- rozšíření sortimentu přípravků vydávaných bez receptu převedením účinných a bezpečných přípravků dosud vázaných na recept

#### Změna způsobu odměňování lékárníků

- snížení závislosti odměny lékárníků na ceně léčivého přípravku
- vícesložkový model odměny – ohodnocení lékárníka nejen za podíl na zajištění bezpečnosti a účelnosti farmakoterapie, ale i za minimalizaci nákladů pacientů a plátců
- odměna za efektivní screening skrytých a dosud nediagnostikovaných onemocnění a řízení farmakoterapie chronicky nemocných pacientů
- odměna za účast v programech prevence a podpory zdravého životního stylu
- **změna regulačního poplatku za recept na dispenzační poplatek za výdej LP na lékařský předpis hrazeného zdravotní pojišťovnou v regresivní sazbě (mj. pro podporu existence venkovských lékáren)**
- podpora pozitivním listům zdravotních pojišťoven za předpokladu respektování názorů odborných společností a pozitivní motivace lékárníků

#### Pevná a vymahatelná demografická a geografická kritéria pro tvorbu lékárenské sítě

- chaotická tvorba sítě zvyšuje fixní náklady, které nepřispívají k efektivitě této části poskytování zdravotní péče
- nepřiměřené zahušťování sítě ve větších městech vede paradoxně v důsledku snahy o snižování nákladů ke zhoršené skladové dostupnosti některých léků a služeb, jako je příprava individuálně připravovaných léčivých přípravků (IPLP)

#### Podpora elektronického sdílení údajů (e-Health)

- e-preskripce receptů a poukazů v podobě, která bude přinášet benefit jak pacientům, tak poskytovatelům zdravotní péče
- široká škála intervencí, integrovaná do systému úhrad a založená na osobním kontaktu nebo elektronickém sdílení údajů (e-Health), posílí vzájemný respekt a důvěryhodnost jednotlivých profesí, což dále podpoří spolupráci mezi zdravotnickými profesionály: lékárníky, ambulantními i nemocničními lékaři a dalšími zdravotníky



Zdroj: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Kdo-je-CLK/Priority-CLnK-2014---2017.aspx>

## Příloha č. 10: Pokračování



Česká lékárnická  
komora

Rozárčina 1422/9 | 140 02 Praha 42  
tel.: 241090661 | fax: 241090672  
IČO: 40763021 | DIČ: CZ40763021  
www.lekarnici.cz | komora@lekarnici.cz

### Vzdělávání

- celoživotní vzdělávání – zavádění nových forem vzdělávání lékárníků s prioritou e-learningu a garantovaných kurzů ČLnK
- specializační vzdělávání – novelizace zákona č. 95/2004Sb., o podmínkách získávání a uznávání odborné způsobilosti a specializované způsobilosti k výkonu zdravotnického povolání lékaře, zubního lékaře a farmaceuta, dle dohod zástupců jednotlivých specializačních oborů s cílem přiblížit požadavky specializačního vzdělávání blíže praxi.

### Reklama a marketing

- zákaz marketingových aktivit u léků s výdejem vázaným na lékařský předpis s výjimkou přípravků v zájmu ochrany veřejného zdraví (např. očkování) cestou změny zákona o regulaci reklamy

### Ekonomika

- podpora snížení DPH na léky a zdravotnické prostředky hrazené z veřejného zdravotního pojištění
- finanční stabilizace zdravotních pojišťoven zvýšením platby za státní pojištěnce
- státem stanovená výše cílové spoluúčasti pacientů v ČR

### Česká lékárnická komora

- nový zákon o České lékárnické komoře dle návrhu připraveného v roce 2011 s cílem moderní právní úpravy stavovské organizace
- zachování principu povinného členství (ev. povinné registrace) pro farmaceuty poskytující lékárenskou péči ve zdravotnických zařízeních

*Česká lékárnická komora je samosprávná nepolitická stavovská organizace sdružující lékárníky. Byla zřízena zákonem ČNR č. 220/1991 Sb., o České lékařské komoře, České stomatologické komoře a České lékárnické komoře. Její ustavující sjezd se uskutečnil 28. - 29. září 1991.*

*Česká lékárnická komora dbá, aby její členové vykonávali své povolání odborně, v souladu s jeho etikou a způsobem stanoveným zákony a řády komory. Zaručuje odbornost svých členů a potvrzuje splnění podmínek k výkonu lékárnického povolání. Posuzuje a hájí práva a profesní zájmy svých členů, stejně tak chrání jejich profesní čest.*

### Pro další informace:

PharmDr. Lubomír Chudoba, prezident ČLnK:	+420 734 682 233, <a href="mailto:chudoba@lekarnici.cz">chudoba@lekarnici.cz</a>
Mgr. Michal Hojný, člen představenstva ČLnK:	+420 606 649 180, <a href="mailto:hojny@lekarnici.cz">hojny@lekarnici.cz</a>
Mgr. Aleš Krebs, Ph.D., tiskový mluvčí ČLnK:	+420 724 340 769, <a href="mailto:krebs@lekarnici.cz">krebs@lekarnici.cz</a>



Zdroj: <http://www.lekarnici.cz/O-CLnK/Kdo-je-CLK/Priority-CLnK-2014---2017.aspx>



## Příloha č. 11: Tisková zpráva ČLnK



Rozárcina 1422/9 | 140 02 Praha 42  
tel.: 241090661 | fax: 241090672  
www.lekarnici.cz | komora@lekarnici.cz

### Tisková zpráva

## Poradenská centra pro odvykání kouření nově i v lékárnách

**Praha, 25. února 2014 – Lékárníci v České republice se pravidelně zapojují do osvětových a preventivních programů. Jedním z nich je i podpora odvykání kouření. Česká lékárnická komora proto připravila pro pacienty ve vybraných lékárnách síť poradenských center pro odvykání kouření. V nich budou pacientům k dispozici lékárníci-specialisté, kteří absolvovali garantovaný kurz ČLnK vytvořený ve spolupráci s lékařskými odborníky ze Společnosti pro léčbu závislosti na tabáku pod vedením Doc. MUDr. Evy Králíkové, CSc.**

Lékárny jsou v České republice nejdostupnějšími zdravotnickými zařízeními, která se pravidelně zapojují do osvětových a preventivních programů. Jedním z nich bylo v uplynulých letech i odvykání kouření. Česká lékárnická komora se proto rozhodla vytvořit trvalou síť specializovaných center věnujících se pacientům, kteří se chtějí zbavit své závislosti na kouření tabákových výrobků. Během krátké úvodní konzultace s lékárníkem v centru bude pacientovi vytvořen individuální plán odvykání kouření, bude seznámen s dostupnou léčbou závislosti na tabáku i s tím, jak správně volně prodejné nebo předepsané léky užívat. Základem úspěšného zvládnutí závislosti je také dlouhodobá motivace pacienta v jeho rozhodnutí, proto bude do lékárny pravidelně zván na krátké návštěvy, kde mu bude specializovaným lékárníkem navrženo i řešení krizových situací při neodolatelné chuti na cigaretu. V případě potřeby bude pacient odkázán na lékaře nejbližšího specializovaného Centra pro závislé na tabáku.

Lékárníci zapojení do akce prošli speciálním vzděláváním v oblasti odvykání kouření, aby mohli pacientům odborně pomoci s jejich závislostí na tabáku. Lékárny zařazené mezi poradenská centra pro odvykání kouření jsou zveřejněny [na webu](#) České lékárnické komory a budou také označeny piktogramem. Každý pacient si tak může velmi jednoduše vyhledat nejbližší lékárnou zaměřenou na tuto problematiku a zbavit se s odbornou pomocí lékárníka své závislosti na tabáku.

*Česká lékárnická komora je samosprávná nepolitická stavovská organizace sdružující lékárníky. Byla zřízena zákonem ČNR č. 220/1991 Sb., o České lékařské komoře, České stomatologické komoře a České lékárnické komoře. Její ustavující sjezd se uskutečnil 28. - 29. září 1991.*

*Česká lékárnická komora dbá, aby její členové vykonávali své povolání odborně, v souladu s jeho etikou a způsobem stanoveným zákony a řády komory. Zaručuje odbornost svých členů a potvrzuje splnění podmínek k výkonu lékárnického povolání. Posuzuje a hájí práva a profesní zájmy svých členů, stejně tak chrání jejich profesní čest.*

#### Pro další informace:

PharmDr. Lubomír Chudoba, prezident ČLnK:  
Mgr. Michal Hojný, viceprezident ČLnK:  
Mgr. Aleš Krebs, Ph.D., tiskový mluvčí ČLnK:

+420 734 682 233, [chudoba@lekarnici.cz](mailto:chudoba@lekarnici.cz)  
+420 606 649 180, [hojny@lekarnici.cz](mailto:hojny@lekarnici.cz)  
+420 724 340 769, [krebs@lekarnici.cz](mailto:krebs@lekarnici.cz)



[www.lekarnici.cz](http://www.lekarnici.cz)

**Váš lékárník – rádce ve zdraví i nemoci**

Zdroj: <http://www.lekarnici.cz/Media/Tiskove-zpravy/Tiskova-zprava-CLnK-ze-dne-25--2--2014.aspx>

**Příloha č. 12: Pozvánka na Lékárnický ples**



Česká lékárnická  
komora

Dovolujeme si Vás co nejsrdečněji pozvat na

# **LÉKÁRNICKÝ PLES**

pořádaný u příležitosti oslav 20. výročí vzniku České lékárnické komory,  
který se koná 25. března 2011

v kulturním domě Crystal v České Lípě od 20:00 hodin.

Vstupenky v ceně 290 Kč lze objednat na e-mailové adrese [bazantova.michaela@seznam.cz](mailto:bazantova.michaela@seznam.cz)  
nebo na telefonním čísle Lékárny U Zlatého hada, Cvikov 487 751 167.

Bližší informace o způsobu platby vstupenek a možnostech ubytování Vám budou poskytnuty  
v odpovědi na Vaše objednávky.

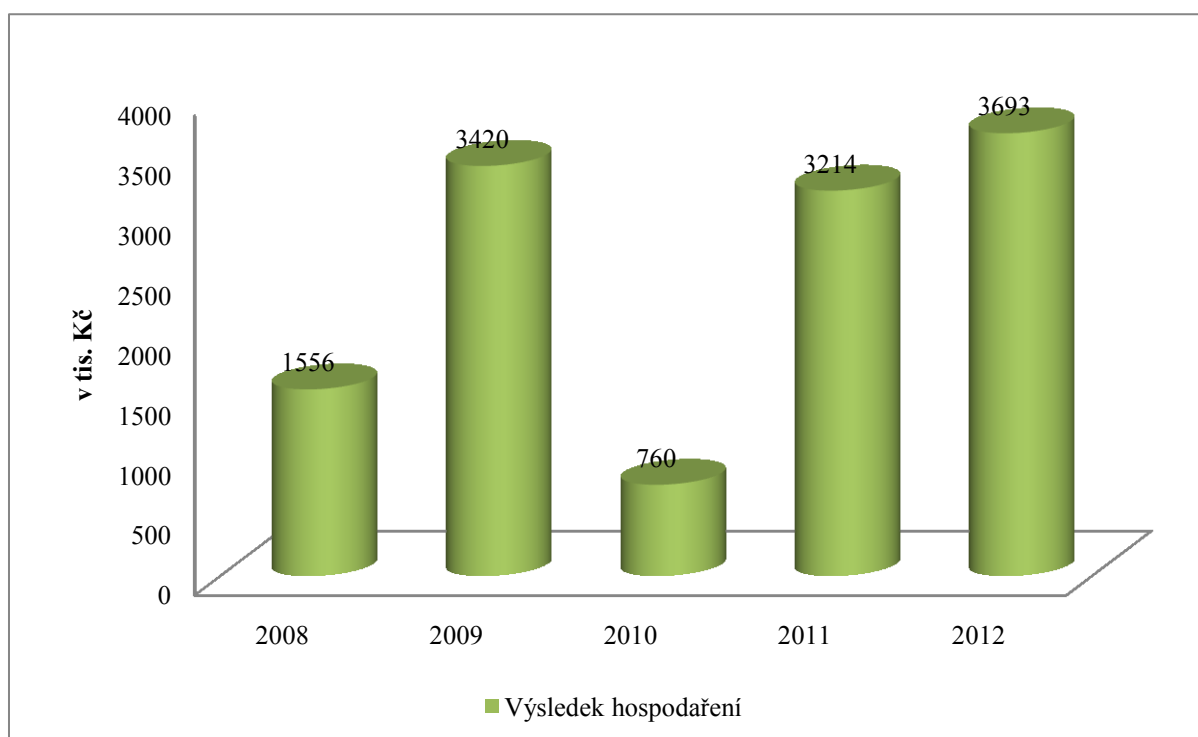


Za realizační tým OSL Česká Lípa  
Mgr. Michaela Bažantová



Zdroj: <http://www.mladilekarnici.cz/wp-content/uploads/2011/01/Komoraplesnew.jpg>

### Příloha č. 13: Výsledek hospodaření ČLnK v letech 2008 až 2012



Zdroj: Výroční zprávy ČLnK za období 2008 až 2012. Vlastní zpracování.



**Příloha č. 14: Vzor dotazníku**

**DOTAZNÍK**

*za účelem zjištění názoru lékárníků na aktuální problematiku z oblasti lékárenství.*

**1. Je nutné zvyšovat informovanost veřejnosti o lékárně jako o zdravotnickém zařízení?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

**2. Jste pro sjednocení výše doplatků na léky hrazené z veřejného zdravotního pojištění?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

**3. Jste pro snížení DPH na léky a zdravotnické prostředky hrazené z veřejného zdravotního pojištění?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

**4. Jste pro zákaz marketingových aktivit lékáren u léků vázaných na předpis (mimo léčivých přípravků na ochranu zdraví – např. očkování) pomocí změny zákona o regulaci reklamy?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

#### **Příloha č. 14: Pokračování**

**5. Jste pro elektronické sdílení citlivých údajů o pacientech zdravotníky (včetně lékárníků) v rámci e-preskripce?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

**6. Jste pro změnu způsobu odměňování lékařů (ve smyslu snížení závislosti odměny na ceně léčivého přípravku)?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

**7. Jste pro zavádění nových forem výuky do celoživotního vzdělávání (e-learning, garantované kurzy ČLnK)?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

**8. Jste pro rozšíření sortimentu léčivých přípravků vydávaných bez receptu převedením účinných a bezpečných přípravků dosud vázaných na recept?**

Ano

Spíše ano

Neutrální postoj

Spíše ne

Ne

## **Příloha č. 14: Pokračování**

### PROFIL RESPONDENTŮ

#### **9. Pohlaví:**

Žena

Muž

#### **10. Léta praxe:**

do 3 let

3 - 10 let

nad 10 let

#### **11. Jste:**

Zaměstnanec

Majitel lékárny

#### **12. Pracujete v lékárně:**

Nemocniční

Veřejné (4 a více magistrů)

Veřejné (3 a méně magistrů)

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření. Vlastní zpracování.

**Příloha č. 15: Vyhodnocení dotazníku**

Odpověď										
Otázka	Ano		Spíše ano		Neutrální postoj		Spíše ne		Ne	
	<i>počet</i>	<i>%</i>	<i>počet</i>	<i>%</i>	<i>počet</i>	<i>%</i>	<i>počet</i>	<i>%</i>	<i>počet</i>	<i>%</i>
<b>č. 1</b>	239	86,28	25	9,03	8	2,89	2	0,72	3	1,08
<b>č. 2</b>	217	78,34	30	10,83	10	3,61	10	3,61	10	3,61
<b>č. 3</b>	195	70,40	31	11,19	28	10,11	12	4,33	11	3,97
<b>č. 4</b>	230	83,03	23	8,30	13	4,69	6	2,17	5	1,81
<b>č. 5</b>	94	33,94	52	18,77	44	15,88	45	16,25	42	15,16
<b>č. 6</b>	172	62,09	53	19,13	38	13,72	6	2,17	8	2,89
<b>č. 7</b>	190	68,59	44	15,88	34	12,27	5	1,81	4	1,44
<b>č. 8</b>	94	33,94	60	21,66	32	11,55	65	23,47	26	9,39
Profil respondentů										
Otázka	Pohlaví		Léta praxe			Vztah k lékárně		Pracuje v lékárně		
	<i>žena</i>	<i>muž</i>	<i>do 3 let</i>	<i>3 - 10 let</i>	<i>nad 10 let</i>	<i>zaměstnanec</i>	<i>majitel</i>	<i>nemocniční</i>	<i>veřejné (4 a více magistrů)</i>	<i>veřejné (3 a méně magistrů)</i>
<b><i>počet</i></b>	203	74	23	37	217	162	115	21	50	206
<b><i>%</i></b>	73,29	26,71	8,30	13,36	78,34	58,48	41,52	7,58	18,05	74,37

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření. Vlastní zpracování.